

Pohjanmaan puukot ja Lapin kotaraanut
– matkamuistoesineet ja keskustelu maakuvasta Suomessa vuosina
1930–1945

Saara Pouru
Pro gradu -tutkielma
Yleinen historia
Humanistinen tiedekunta
Helsingin yliopisto
huhtikuu 2019



Tiedekunta/Osasto – Fakultet/Sektion – Faculty Humanistinen tiedekunta		Laitos – Institution – Department Filosofian, historian ja taiteiden tutkimuksen osasto	
Tekijä – Författare – Author Saara Pouru			
Työn nimi – Arbetets titel – Title Pohjanmaan puukot ja Lapin kotaraanut – matkamuistoesineet ja keskustelu maakuvasta Suomessa vuosina 1930–1945			
Oppiaine – Läroämne – Subject Yleinen historia			
Työn laji – Arbetets art – Level Pro gradu –tutkielma		Aika – Datum – Month and year huhtikuu 2019	Sivumäärä– Sidoantal – Number of pages 92
Tiivistelmä – Referat – Abstract <p>Pro gradu –tutkielmassani käsittelen matkamuistoesineistön kehittämistä ja aiheeseen liittyntä keskustelua Suomessa vuosina 1930–1945. Tutkimuksen aineisto koostuu arkistomateriaalista, painetusta kirjallisuudesta sekä lehdistöstä. Tutkimuksen keskeisin lähde on Suomen-Matkat ry:n koollekutsumana vuosina 1937–1945 toimineen matkamuistoesinetoimikunnan mietintö <i>Suomalaiset matkamuistoesineet</i>. Vaikka tutkimuskohteenani ovat matkamuistoesineet, kiinnitän esineitä enemmän huomion niiden kehittämisen taustalla vaikuttaneisiin ajatuksiin.</p> <p>Tutkimuskysymykseni on, millaisia mielikuvia Suomesta matkamuistoesineillä haluttiin rakentaa ja miten Suomen-Matkojen matkamuistoesinekomitean toiminta liittyi osaksi Suomessa tehtyä matkailu- ja maakuvamainontaa ja -viestintää. Suomi-kuvan viestintää on tutkittu jonkin verran. Tutkimuksen arvo on siinä, että liitän myös matkamuistoesineet osaksi maakuvan rakentamista. Aihetta ei ole lähestytty tästä näkökulmasta aiemmin.</p> <p>Tutkimukseni keskittyy maaseudulla kotiloissa käsityönä valmistettuihin kotiteollisuustuotteisiin, jotka 1930-luvun kirjoittelussa käsitettiin matkamuuistoista keskeisimmiksi. Käyn työssäni läpi, miksi matkamuistoesineet nousivat 1930-luvun kuluessa keskustelun aiheeksi ja syitä, jotka johtivat kiinnostuksen kasvuun. Käsittelen myös sitä, millaisia olivat edustavina pidetyt matkamuuistot ja miten ne liittyivät käsityksiin suomalaisuudesta.</p> <p>Osoitan tutkimuksessani, että matkamuistoesineistöä kehitettiin määrätietoisesti osana suomalaisten matkailu- ja maakuvan viestintää. Esineiden kehittäminen kertoo siitä, millaisia ajatuksia suomalaisuuteen liitettiin. Matkamuistoesinekomitealle laadukkaana matkamuistoesineen keskeisimpiä piirteitä olivat aitous, kansanomaisuus ja paikallissävyyisyys. Näiden piirteiden yhdistyessä muodostui matkamuuisto, joka välitti maailmalle käsitystä Suomesta ja suomalaisista sivistyskansana. Matkamuistoesinetoimikunnalle oli tärkeää, että esineissä näkyi kansankulttuuri ja sen paikalliset erot Suomen sisällä. Vaikka matkamuuistoja suunniteltiin pääasiassa kansainvälisiä matkailijoita varten, pyrittiin niillä vaikuttamaan myös itse suomalaisten käsityksiin suomalaisuudesta. Matkamuistoesineistön kehittäminen 1930-luvulla liittyi osaksi 1800-luvulla alkanutta suomalaisuuden symbolien luontia.</p>			
Avainsanat – Nyckelord – Keywords matkamuistoesineet, matkamuuistot, matkailu, Suomi-kuva, kotiteollisuus, kansanperinne, kansankulttuuri, Yrjö Laine-Juva, 1930-luku			
Säilytyspaikka – Förvaringställe – Where deposited Keskustakamupuksen kirjasto			
Muita tietoja – Övriga uppgifter – Additional information			

Sisällysluettelo

1. Johdanto	
1.1. Matkamuistot merkitysten kantajina.....	1
1.2. Tutkimuskysymys ja aineisto.....	3
1.3. Matkamuistoesineet tutkimuskohteena.....	5
2. Suomi kansainväliseksi matkailumaaksi	
2.1. Matkailu 1920- ja 1930-luvulla.....	10
2.2. Suomen matkailuolojen järjestäminen.....	14
2.3. Matkailijat Suomessa.....	16
2.4. Matkailupropagandan järjestäytyminen.....	19
2.5. Matkailu- ja maapropagandan Suomi-kuva.....	23
3. Matkamuistoesinetoimikunta ryhtyy ”kansalliseen kulttuuritehtävään”	
3.1. Keskustelu matkamuistoesineistä alkaa.....	29
3.2. Hiipuva kotiteollisuus etsii uusia uria.....	31
3.3. Matkamuistoesinetoimikunta perustetaan.....	37
4. Huiputusten Helsingin rihkamasta kansanomaisiin matkamuistoihin	
4.1. Matkailijoiden suosimat matkamuistot.....	46
4.2. Edustavat matkamuistot määritellään.....	51
4.3. Matkamuistoesinekilpailuilla laatu nousee.....	55
5. Matkamuistoesineet Suomi-propagandan palveluksessa	
5.1. Sivistysvaltion laadukkaat matkamuistot.....	61
5.2. Talonpoikaisen Suomen matkamuistot.....	64
5.3. Taideteollisuus ja suomalaiskansalliset matkamuistot.....	74
5.4. Kotiteollisuus maailmaa valloittamassa.....	78
6. Johtopäätökset.....	82
Lähteet ja tutkimuskirjallisuus.....	87

1. Johdanto

1.1. Matkamuistot merkitysten kantajina

Kansatieteellisesti ja esteettisesti edustava matkamuistoesine on omistajalleen arvokas. Se asetetaan arvokkaalle paikalle ja antaa jatkuvasti aihetta ajatusten vaihtoon. Samalla se elävöittää matkaan ja maahan liittyviä muistoja. Mielenkiintoinen matkamuistoesine on siten epäilemättä arvokas väline matkailupropagandan palveluksessa, vaikkei sen merkitys olekaan markoissa arvioitavissa.¹

Esineisiin liitetyt muistot ja mielikuvat kertovat omistajansa kokemuksista ja tekevät esineistä merkityksellisiä. Koska esineen arvo määräytyy siihen liitettyjen muistojen ja merkitysten kautta, voi toiselle arvoton esine olla toiselle mittaamattoman arvokas.² Yksilön kokemus tekee esineestä erikoisen ja on omistajalleen jälki ainutlaatuisesta tapahtumasta.³ Monelle tällainen ainutlaatuinen tapahtuma on matka vieraaseen paikkaan, minkä merkkinä kokijan mukana kotiin lähtee usein matkamuistoesine. Matkamuistot ovat yksi universaaleimmista matkustukseen liittyvistä ilmiöistä. Matkamuistojen symbolinen arvo on suuri, sillä ne ovat omistajalleen muisto menneistä kokemuksista ja ystäville ja tuttaville merkki siitä, missä esineiden omistaja on käynyt. Mieluisa muistoesine voi syventää mielenkiintoa sitä paikkaa tai asiaa kohtaan, josta se muistuttaa. Usein esineet sijoitetaan kotona näkyvälle paikalle, missä ne muistuttavat omistajansa kokemista elämyksistä.⁴

Vaikka matkamuistot voivat olla pieniä ja huomaamattomia, ne välittävät aina jonkinlaista viestiä lähtöpaikastaan.⁵ Niiden ensisijainen symboliarvo on esineen omistajan henkilökohtaisiin kokemuksiin liittyvä, mutta niihin liittyy myös laajempien ihmisryhmien näille antamia arvoja. Esineet voivat toimia kokonaisen ihmisryhmän symbolina ja esimerkiksi jonkin valtion kansalaiset voivat tunnistaa tietyn esineen juuri kyseisen valtion tunnusmerkiksi. Suomalaisille tällaisia suomalaisuudesta kertovia esineitä voivat olla Fiskarsin sakset, Jussipaita, puukko, tuohivirsut tai ruisleipä. Tiettyjen esineiden kautta käy ilmi ajatus siitä, että suomalaisuus on jotain, joka ilmenee kulttuurin konkreettisissa tuotoksissa.⁶ Kansallisuuden voi muiden henkilökohtaisten merkitysten tavoin liittää esineeseen. Matkamuistoesineissä

¹ Suomalaiset matkamuistoesineet 1945, 12.

² Koskijoki 1997, 269–270.

³ Stewart 1993, 135.

⁴ Ahtola & Koivunen & Korpela & Kostiainen & Syrjämaa 2004, 183; Hitchcock 2000,1; Swanson & Timothy 2012, 489–490.

⁵ Ahtola & Koivunen & Korpela & Kostiainen & Syrjämaa 2004, 183; Swanson & Timothy 2012, 499.

⁶ Luutonen 1997, 32.

käsitykset kansallisuudesta ja niiden symboliarvo välittyvät muista maista tulleille matkailijoille.

Edellä mainitut, matkamuistoesineiden merkityksiin liitetyt, asiat olivat Suomessa matkailua järjestäneiden keskuudessa tiedossa jo 1930-luvun lopulla. Tämän osoittaa luvun alussa oleva lainaus vuonna 1945 julkaistusta Suomen-Matkojen matkamuistoesinekomitean mietinnöstä *Suomalaiset matkamuistoesineet*. Suomen ulkomaille suuntautunutta matkailumainostusta hoitaneen Suomen-Matkojen koolle kutsuman matkamuistoesinetoimikunnan tehtävänä oli kartoittaa matkamuistoesineiden tilanne Suomessa ja suunnitella alan ja esineiden tulevaisuutta.⁷ Täysin tyhjästä matkamuistoja ei lähdetty kehittämään, vaan keskustelu aiheen ympärillä lisääntyi vähitellen vuosikymmenten kuluessa, kun matkailu Suomeen lisääntyi ja kiinnostus matkailua ja sen tuomia mahdollisuuksia kohtaan kasvoi.

Tässä tutkielmassa käsittelen matkamuistoesineistön luomista ja kehittämistä Suomessa 1930-luvulla. 1930-luvun aikana matkailu Suomeen kasvoi ennenkuulumattomalla nopeudella, mikä lisäsi kiinnostusta matkailun ilmiöitä, kuten matkamuistoesineitä, kohtaan. Yhä laajemmat piirit kiinnostuivat matkailun taloudellisista ja aatteellisista vaikutuksista. 1880-luvulta lähtien matkailuoloista ja ulkomaisten matkailijoiden houkuttelusta Suomeen oli vastannut Suomen Matkailijayhdistys. Suomen itsenäistymisen myötä mukaan toimintaan tuli myös Suomen valtio, joka teki Suomea tunnetuksi maailmalla ulkoministeriön välityksellä. Matkailijayhdistys ja ulkoministeriö näkivät matkailun merkityksen oleellisena osana maakuvan viestintää ja siksi 1930-luvun alussa perustettiin aivan oma organisaationsa, Suomen-Matkat, hoitamaan ulkomaille suunnattua, matkailua edistävää mainontaa eli matkailupropagandaa, kuten sitä 1930-luvulla kutsuttiin. Matkailupropagandan tarkoituksena oli välittää matkailijoille käsitys Suomesta kiinnostavana ja ainutlaatuisena länsimaisena sivistysvaltiona.

Matkailu ja Suomeen suunnanneet matkailijat lisäsivät Suomen tunnettuutta maailmalla. Matkailun yhtenä osana huomio kiinnittyi myös matkamuistoesineisiin, jotka pieninä esineinä levisivät maailmalle välittäen samalla käsityksiä Suomesta. Siksi niiden tarkastelu osana maakuvaa nousi tärkeäksi.

Matkamuistoesineet herättivät eniten kiinnostusta matkailua järjestäneiden tahojen keskuudessa eli Suomen Matkailijayhdistyksessä ja Suomen-Matkoissa sekä jossain määrin myös ulkoministeriössä. Vielä näitäkin aktiivisemmin toiminnassa olivat mukana kotiteollisuusalan toimijat ja näistä erityisesti ne, joiden tehtävänä oli hoitaa

⁷ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 12–13.

ansiokotiteollisuuden eli maaseudulla käsityönä myyntiin valmistettujen tuotteiden kauppaa. Siksi Suomen Matkailijayhdistyksen ja Suomen-Matkojen lisäksi matkamuistoesinekomiteaan tuli edustaja Valtion Kotiteollisuusasiain johdosta, ansiokotiteollisuusyritysten etuja ajaneesta Suomen Kotiteollisuusliitosta, kotiteollisuustuotteiden viennin järjestämistä varten perustetusta Suomen Koti- ja Pienteollisuuden Vientiliitosta sekä kyseisen liiton toimintaa yrityspohjalla jatkaneesta kotiteollisuuden keskusliike Ke-Ko osakeyhtiöstä.

Jo ennen kuin kotiteollisuuden tuotteista kehiteltiin matkamuistoesineinä suomalaisuuden tunnusmerkkejä, olivat nämä esineet edustaneet suomalaisuutta muun muassa maailmannäyttelyissä 1800-luvulta lähtien. Siellä kotiteollisuus oli ollut osoitus suomalaisten historiasta ja omasta kulttuurista. 1900-luvun ensimmäisten vuosikymmenten aikana kotiteollisuuden rooli oli kuitenkin muuttumassa. Kaupungistuminen ja taloudellisen rakenteen muuttuminen kohti modernia teollisuusyhteiskuntaa heikensivät kotiteollisuuden asemaa maaseudun pienituloisten ansiolähteenä, ja moderni taideteollisuus valtasi yhä enemmän alaa kansainvälisissä näyttelyissä. Jotta kotiteollisuus olisi säilynyt elinvoimaisena, tuli kotiteollisuusjärjestöille ja muille alan toimijoille tärkeäksi avata kotiteollisuudelle uusia uria. Matkamuistoesineiden kasvava myynti tarjosi tähän yhden mahdollisuuden.

1.2. Tutkimuskysymys ja aineisto

Tutkimuskysymykseni liittyvät matkamuistoesineiden välittämään Suomi-kuvaan eli käsittelen sitä, millaista Suomea matkailuyhdistykset, valtio ja kotiteollisuusalan toimijat matkamuistoesineillä halusivat rakentaa. Tutkin sitä, millaisia käsityksiä Suomesta matkamuistoesineillä haluttiin välittää ja miten se liittyi matkailu- ja maapropagandan välittämään maakuvaan. Tutkimukseni keskiössä ovat maaseudulla kotioloissa ja käsityönä valmistetut kotiteollisuustuotteet, joiden kautta keskeiseksi nousee se, millainen rooli kansankulttuurilla ja perinteillä oli suomalaiskansallista matkamuistoesineistöä suunniteltaessa.

Kiinnostukseni tutkimusaiheeseen lähti Suomen-Matkojen toimeenpaneman matkamuistoesinetöimikunnan loppumietinnöstä *Suomalaiset matkamuistoesineet*, joka on julkaistu vuonna 1945. Mietintö on yksi tämän työn tärkeimmistä lähteistä. Lehti- ja arkistoaineiston avulla laajennan näkökulmani käsittämään koko 1930-luvun kehityksen ja keskustelun, joka lopulta johti matkamuistoesinekomitean perustamiseen.

Tutkimukseni aikarajaus on 1930–1945. Päähuomioni on matkamuistoesinetoimikunnassa, joka toimi vuosina 1937–1945. Tutkimukseni alkaa kuitenkin jo heti 1930-luvun alusta, jotta pystyn kartoittamaan kehitystä, joka lopulta johti kyseisen toimikunnan perustamiseen. Koska tutkielmani päähuomio on 1930-luvun matkamuistoesinekeskustelussa ja -komiteassa, joka nivoi vuosikymmenen kehityksen yhteen, olen rajannut tutkimukseni päättymään vuoteen 1945, jolloin matkamuistoesinekomitean mietintö *Suomalaiset matkamuistoesineet* julkaistiin. Vaikka mietintö ilmestyi painettuna vasta 1945, liittyy se vahvasti 1930-luvun tilanteeseen, kuten työssäni myöhemmin perustelen. Sotavuodet ja vuosi 1945 ovat tarkastelussa mukana, jotta minulle selviää, millaisia ajatuksia komitean mietinnön julkaiseminen aiheutti. Toisen maailmansodan jälkeen matkailun tilanne oli aivan toinen, kuin mitä se oli matkailun huippuvuosina. Koska tästä alkaa selkeästi uusi vaihe Suomen matkailun historiassa, tutkimukseni aikarajaus loppuu vuoteen 1945.

Ainoa kokoavasti 1930-luvulla matkamuistoesineitä käsitellyt taho oli matkamuistoesinekomitea. Muut maininnat aiheesta ovat melko satunnaisia. Siksi Kansalliskirjaston digitoitujen sanoma-, aikakaus- ja pienpaineaineistojen sanahaku on ollut erittäin tärkeä väline siinä, että tutkimukseni on onnistunut. Sanahaku on mahdollistanut varsin laajasta aineistosta juuri minulle tarpeellisten uutisten ja artikkelien etsimisen ja on auttanut hahmottamaan matkamuistoista käytyä keskustelua ja sen laajuutta. Sanahaun avulla selvisi myös se, että lähes aina, kun lehdissä kirjoitettiin matkamuistoesineistä, tarkoitettiin sillä kotiteollisuustuotteita. Huomion kiinnittymisen kotiteollisuuteen ohjasi myös se, että kaikista eniten matkamuistoista kirjoitettiin *Kotiteollisuus*-nimisessä lehdessä. Olen käynyt kyseisestä lehdestä läpi vuosikerrat 1936–1945. Koin tarpeelliseksi käydä läpi lehden kaikki numerot, jotta sain laajemman kuvan kotiteollisuuden tilanteesta myös muissa kysymyksissä, kuin matkamuistoesineiden valmistuksen ja myynnin suhteen.

Matkamuistoesinekomitean mietinnön ja lehtiaineiston lisäksi olen käynyt läpi toiminnassa mukana olleiden yhdistysten arkistoaineistoja. Matkamuistoesinekomitean lisäksi matkamuistoista olivat eniten huolestuneita Suomen Kotiteollisuusliitto, Suomen Koti- ja Pienteollisuuden Vientiliitto sekä kotiteollisuustuotteiden tukkuliike Ke-Ko Oy, jotka kaikki olivat myös edustettuina kyseisessä toimikunnassa. Valitettavasti näistä toimijoista ei ole jäänyt omia arkistoaineistoja 1930-luvulta, joten olen hahmotellut näiden tahojen toimintaa muun aineiston kautta.

Kotiteollisuuden näkökulmaa aiheeseen on valottanut 1930-luvulla toimineen Valtion kotiteollisuuskomitean mietintö, joka löytyy Eduskunnan kirjastosta. Lisäksi Käsi- ja taideteollisuusliiton⁸ ja kotiteollisuusneuvos Yrjö Laine-Juvan kokoelmat, jotka sijaitsevat Suomen käsityön museon arkistossa, kertovat kotiteollisuusalan toiminnasta. Taidekäsityön ja -teollisuuden liittojen arkistoista olen tutustunut Teollisuustaiteen Liitto Ornamon ja Suomen Taideteollisuusyhdistyksen kokoelmiin Aalto-yliopiston arkistossa sekä Suomen Käsityön Ystävien arkistoon Kansallisarkistossa. Kansallisarkistossa sijaitsee myös Suomen Matkailuliiton⁹ arkisto, johon sisältyy myös Suomen-Matkoista jäänyt arkistoaineisto. Näiden kautta olen perehtynyt matkailun näkökulmaan 1930-luvulla. Suurimmassa osassa läpikäymästäni aineistosta maininnat matkamuistoesineistä ovat harvassa. Kaikilla näillä toimijoilla on kuitenkin ollut jonkinlainen osuus matkamuistokeskustelussa 1930-luvulla, joten on olennaista nostaa ne kaikki mukaan tähän tutkimukseen.

Tutkimukseni aineistoon ei kuulu itse matkamuistoesineitä. Olen tehnyt tämän linjauksen, koska tutkimukseni keskiössä ovat matkamuistoesineiden kehitystyön takana olevat aatteet, eivät niinkään itse esineet. Työssäni kuitenkin kirjoitan myös itse esineistä, sillä ne ilmentävät sitä, mistä oikeastaan oli kyse, kun puhuttiin laadukkaista matkamuistoesineistä ja halpahintaisesta rihkamasta.

1.3. Matkamuistoesineet tutkimuskohteena

Käsittelen työssäni 1930-luvulla matkamuistoesineisiin liitettyjä ajatuksia suomalaisuudesta ja Suomesta. En ole löytänyt juurikaan tutkimusta matkamuistoista tästä näkökulmasta historiallisessa kontekstissa. Matkamuistot kiinnostavat tutkijoita enemmän nykyajan ilmiönä. Niistä on kuitenkin oltu kiinnostuneita jo pitkään, mistä kertoo se, että monet nykytutkimuksessa keskeiset asiat olivat läsnä jo matkamuistoesinekomitean toiminta-aikaan 1930-luvulla. Tämän osoittaa *Suomalaiset matkamuistoesineet* -mietintö ja ajan lehtikirjoittelu.

Lähimpänä näkökulmaani ovat Monica Hanefors ja Tom Selwyn, jotka ovat tutkineet taalainmaanhevosta ruotsalaisten ikonina ja matkamuistona sekä merkityksiä, joita kyseiseen esineeseen liitetään nykyään. Roope Hollmen on omassa yleisen historian pro gradu -tutkielmassaan käsitellyt eurooppalaisia kansallispukunukkeja – joita 1930-luvullakin myytiin

⁸ Tässä tutkielmassa käytän Käsi- ja taideteollisuusliitosta nimeä Suomen Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliitto, sillä tätä nimeä liitto käytti 1930-luvulla.

⁹ Kuten Käsi- ja taideteollisuusliitto myös Suomen Matkailuliitto tunnettiin 1930-luvulla toisella nimellä eli Suomen Matkailijayhdistyksenä. Siksi käytän tässä työssä Matkailuliitosta nimeä Matkailijayhdistys.

matkamuistoina – nationalistisina kansallisuuden ilmentäjinä. Matkamuistoja Suomessa on tutkinut Turun yliopiston yleisen ja kulttuurihistorian professori Leila Koivunen, jonka tutkimukset ovat keskittyneet eksoottisiksi miellettyjen, ulkomailta tuotujen esineiden historiaan Suomessa.

Koska liitän matkamuistoesineisiin keskeisenä asiana sen, miten tietyistä esineistä tehdään kansallisuuden tunnusmerkkejä, sovellan tutkimukseni lähtökohdissa suomalaisuuden symboleista tehtyä tutkimusta. Kansalliset symbolit ovat kansakunnan identiteetin ja kulttuurin rakennusaineita, joita luodaan tietoisesti tai ne muodostuvat merkityksenkantajiksi ihmisten toimien kautta. Nämä symbolit yhdistävät ihmisryhmän kansaksi luomalla kansallistunnetta eli samaistumiskohteita ryhmän kesken. Suomalaisen kansallisuuden tunnusmerkkejä ja historiaa käytiin luomaan yksityisten toimijoiden ja järjestöjen toimesta 1800-luvun kuluessa, kun muun muassa Zachris Topelius ja J. L. Runeberg julkaisivat teoksiaan, joissa kirjoittivat Suomen kansasta, kansallismaisemasta ja suomalaisuuden tunnusmerkeistä.¹⁰

Kun tietyt kansalliset ikonit ovat muodostuneet, seuraa vaalimisen aika, jolloin merkit vakinaistuvat ja symboleista tulee kansan muistin ja tradition osasia. Yhteiset kokemukset, tunnesisällöt ja mielipiteet vahvistavat ikonien arvoa.¹¹ Kansallisten symbolien luonti alkaa usein ylhäältäpäin, jolloin pieni ryhmä nostaa kansakunnalle tärkeän idean esiin. Seuraavassa vaiheessa ihmisryhmälle opetetaan kyseisen symbolin arvo, josta sen merkitys vähitellen laajenee kansallisuuden ilmentäjäksi.¹²

Matkamuistoesinetoimikunnan tapauksessa komitean jäsenten työ oli kansallisten symbolien luontia pienessä piirissä ja ylhäältäpäin. Komiteassa kotiteollisuuden ja matkailualan kuusi johtohenkilöä määrittelivät, mitkä osat maaseudun köyhimmän väestön ammatikseen harjoittamasta perinteisestä käsityöstä olivat matkailijoille välitettäviä merkkejä suomalaisesta kulttuurista. Komitea halusi omien sanojensa mukaan myös ”valistaa” suomalaisia siitä, millaiset kotiteollisuuden esineet olivat edustavia suomalaisuuden merkkejä eli heidän tarkoituksenaan oli opettaa symbolien arvo myös suomalaisille itselleen. Matkamuistoesinekomitealle suomalainen kulttuuri tarkoitti kansankulttuuria eli suomalaisen kulttuurin piirteitä, jotka kertoivat kansan laajan enemmistön perinteisistä työ- ja elintavoista eli muodostivat kansanperinteen. Kansanperinteessä on nähty olevan yleisiä, koko Suomen alueen elintavoista kertovia piirteitä, mutta myös paikallista vaihtelua. Kyse on talonpoikaisesta

¹⁰ Halonen & Aro 2005, 8; Klinge 1981, 9, 280, 292.

¹¹ Halonen & Aro 2005, 8; Luutonen 1997, 30–31.

¹² Halonen & Aro 2005, 10.

kulttuuriperinnöstä, joka 1930-luvulla oli vielä maaseudulla voimissaan. Kansankulttuurin vastaparina näyttäytyy moderni kaupunki- ja korkeakulttuuri omine symboleineen, joita 1930-luvulla edusti enenevissä määrin taideteollisuus.¹³ Myös tutkimuksessani maaseudun ja kaupunkien vastakkainasettelu on keskeisessä osassa.

Usein kansojen symboleista muodostuu matkamuiستoesineitä. Tutkimukset ovat osoittaneet, että matkailijat haluavat matkamuiستoesineitä, jotka edustavat jotain aitoa ja alkuperäistä sen maan kulttuurista, jossa he ovat vierailleet. Autenttisuus muodostuu usein sen kautta, että esine edustaa alueen perinteistä vanhaa kulttuuria ja yhteisiä arvoja. Aitous voi esineessä käydä ilmi esimerkiksi siten, että se on ainutlaatuinen, historiallisesti ja kulttuurisesti arvokas, esteettinen, käsityönä tehty ja laadukas. Arvoa lisää se, että se on paikallisen taiteilijan tai käsityöläisen valmistama ja sen autenttisuus on taattu merkinnällä tai leimalla.¹⁴ Tutkimuksissa on huomattu, että matkailijoiden kokemus ja ”sivistys”¹⁵ vaikuttavat ostopäätöksiin siten, että ensikertalaiset ostavat useammin edullisia ja stereotyyppisinä pidettyjä matkamuiستoja, kun taas kokeneemmat matkailijat ostavat henkilökohtaisesti merkityksellisiä esineitä ja paikallisia käsityötuotteita.¹⁶

Mistä tahansa esineestä voi tulla matkamuiستo, kun matkailija ostaa sen ja liittää siihen omat merkityksensä. Erilaiset matkamuiستot toistavat aitouden vaatimusta eri tavoin: stereotyyppisissä esineissä aitous ja perinteisyys on esitetty juuri turisteja varten ja on siten muokattu keinotekoiseen, kaupalliseen muotoon. Kokeneempien matkailijoiden suosimissa tuotteissa se ei ole samassa määrin turisteja varten luotua, ja matkailijan henkilökohtainen suhde esineeseen on se, joka tekee kyseisestä esineestä arvokkaan. Mitä tahansa matkailija päättääkään matkastaan muistoksi ostaa, liittyy siihen aina taloudellisia ja aatteellisia vaikutuksia; ostokset luovat talouskasvua ja kertovat matkan olleen kokijalleen niin merkityksellinen, että matka ansaitsee fyysisen symbolin.¹⁷

Nykyään matkamuiستoja valmistetaan suurissa yrityksissä, mutta edelleen myös kotiteollisuutena, erityisesti alkuperäiskansojen keskuudessa. Alkuperäiskansojen valmistamat

¹³ Talve 1978, 1; Vuorela 1975, 5. Suomalaisuuden symbolien luomista ja kansallisen kulttuurin problematiikkaa, sekä maaseudun kansankulttuurin ja kaupunkeihin liitetyn korkeakulttuurin vastakkaisuutta sen osina on käsitellyt mm. Matti Klinge useissa teoksissaan. Ks. esim. Klinge 1981.

¹⁴ Swanson & Timothy 2012, 491–492.

¹⁵ Englanniksi ”sophistication”. Sophistication-sanaa ovat käyttäneet R. K. Smith ja L. S. Olson tutkiessaan matkailijoiden ostokäyttäytymistä 2000-luvulla. Swanson & Timothy 2012, 492. Sivistyneiden matkailijoiden ostotottumuksista kirjoitti myös tutkimukseni kohteena oleva matkamuiستoesinetuimikunta jo 1930-luvulla.

¹⁶ Swanson & Timothy 2012, 492.

¹⁷ Swanson & Timothy 2012, 491, 496. Kysymys esineiden aitoudesta nousi keskeiseksi matkamuiستoesinetutkimuksessa Dean MacCannelin 1970-luvun puolivälissä tekemän tutkimuksen myötä. Ks. esim. MacCannel 1976.

esineet kuvastavat paikallista kulttuuria ja perinteitä ja usein ne ovat paikallisena käsityönä valmistettuina matkamuistoista kalleimpia. Jälleenmyynnin ongelmana on, että usein myynnin hoitava väliporras tekee alkuperäisväestön kulttuurista myyntituotteen omia etujaan varten.¹⁸ Turistien odotukset saavat aikaan sen, että käsityöläiset alkavat muokata käsitöitään kysynnän mukaan ja materiaallinen kulttuuri kaupallistuu. Esineiden alkuperäinen käyttötarkoitus, merkitys ja autenttisuus häviävät, ja jäljelle jää vain turisteja varten valmistettu ”rihkama”.¹⁹

Matkamuistoesineitä on tutkittu matkailututkimuksen osana 1970-luvun lopulta lähtien. Tutkimuksissa on keskitytty esineiden estetiikkaan, eksotiikkaan, taloudellisiin vaikutuksiin sekä alkuperäisväestöjen asemaan ja heidän kulttuurinsa hyväksikäyttöön. Asiaa on tutkittu myös filosofisesta näkökulmasta.²⁰ Vaikka tutkimusta on tehty vasta 1970-luvulta lähtien, nämä edellä mainitut, Kristen K. Swansonin ja Dallen J. Timothyn matkamuistoesitutkimuksen linjauksia käsittelevässä artikkelissa läpikäydyt matkamuistoesinetutkimuksen tulokset ovat läsnä myös matkamuistoesinekomitean toiminnassa 1930-luvulla. Matkamuistoesinekomitean ajatukset ovat varsin yhteneväiset nykytutkimuksen kanssa esimerkiksi esineiden autenttisuuden ja matkailijoiden ostokäyttäytymisen suhteen.²¹ Lisäksi 1930-luvun toiminnassa on kansankulttuurin hyödyntämisen ja saamelaisen esineistön suhteen samanlaisia piirteitä, kuin mitä nykyään liitetään alkuperäiskansojen kulttuurin hyväksikäyttöön turismissa.

Matkamuistoesinekomitealla on selkeä käsitys siitä, että matkamuistoihin liittyy merkityksiä, jotka nivoutuvat niin niiden omistajaan kuin siihen väestöryhmään, josta esineen ajatellaan kertovan. Komitealle nämä merkitykset ovat erityisen tärkeitä sen kannalta, millaista suomalaisuutta esineet välittävät. Seuraavissa luvuissa käyn läpi sitä, miten tämä välittyy 1930-luvun matkamuistoesinekeskustelussa, miten muodostuneita suomalaisuuden symboleita yritettiin vaalia ja miten niistä yritettiin muodostaa suomalaisten ja koko maailman tunnistamia ja tunnustamia suomalaisuuden symboleita.

Suomalaisia matkamuistoesineitä osana maakuvan rakentamista on tutkittu vähän. Siksi olen hyödyntänyt tutkimuskirjallisuutta monelta eri suunnalta. Matkailun ilmiöitä 1920- ja 1930-luvulla olen käsitellyt jo mainittujen Börje Sandbergin teosten lisäksi Sven Hirnin ja Erkki Markkasen varsin kattavan *Tuhansien järvien maa: Suomen matkailun historia* -kirjan sekä useiden suomalaisten matkailuhistorian tutkijoiden teoksen *Matkailijan ihmeellinen maailma*:

¹⁸ Swanson & Timothy 2012, 493.

¹⁹ Swanson & Timothy 2012, 495.

²⁰ Swanson & Timothy 2012, 490.

²¹ Käsittelen matkamuistoesinekomitean käsityksiä esineiden autenttisuudesta ja ostajaryhmistä luvussa 4.

matkailun historia vanhalta ajalta omaan aikaamme avulla. Sven Hirnin ja Erkki Markkasen teos on suomalaisen matkailuhistorian perusteos, johon viittaavat lähes kaikki myöhemmin matkailua tutkineet. Markkanen ja Hirn ovat tehneet varsin kattavaa työtä Suomen Matkailuliiton arkistoa ja muuta matkailuun liittyvää aineistoa läpikäydessään. Siksi teos on vielä 30 vuotta julkaisunsa jälkeen ajankohtainen. *Tuhansien järvien maa* ja *Matkailijan ihmeellinen maailma* ovat olleet olennaiset myös matkailu- ja maapropagandan alkua selvittäessäni, missä ovat auttaneet myös Elina Melginin väitöskirja *Propagandaa vai julkisuusdiplomatiaa? Taide ja kulttuuri Suomen maakuvan viestinnässä 1937–52* sekä Pekka Lähteenkorvan ja Jussi Pekkarisen *Ikuisen poudan maa: virallinen Suomi-kuva 1918–1945*.

1930-luvun matkailun kehitys ja matkailumainonta kiinnostivat toimijoita jo omana aikanaan ja ensimmäiset suomalaiset tutkimukset ja julkaisut aiheesta tehtiin jo 1940-luvulla. Suomen-Matkojen toimitusjohtaja Börje Sandbergin vuonna 1943 tekemä tutkimus matkailijaliikenteen kasvusta 1930-luvun aikana ja vuodelta 1945 oleva Suomen-Matkojen toiminnan historia ovat auttaneet hahmottamaan, mikä oli matkailun ja matkailumainonnan tilanne 1930-luvulla. Börje Sandberg työskenteli 1920-luvulla Suomen Matkailijayhdistyksessä ja Suomen-Matkojen perustamisesta lähtien kyseisen liiton toimitusjohtajana. Matkailuliikennettä ja Suomen matkailupropagandan alkuvaiheita käsitteleviä tutkimuksia lukiessa on hyvä muistaa nämä seikat niiden kirjoittajasta.

Kotiteollisuuden tilannetta tutkimusaikana käsittelen pääasiassa Pentti Virrankosken ja Irene Ylösen tutkimusten kautta. Ylösen tutkimus keskittyy paikallisten kotiteollisuusyhdistysten kattojärjestönä toimineen Suomen Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton historiaan. Keskusliitto ei ollut mukana matkamuistoesinekomiteassa, mutta Ylösen teos kuvaa koko suomalaisen kotiteollisuusalan tilannetta. Vuosikymmenen suomalaista aatemaailmaa ja kotiteollisuuden asemaa siinä lähestyn Elina Melginin tutkimuksen lisäksi Piia Stenforsin, Kerstin Smedsin ja Peter MacKeithin, Pekka Korvemaan, Erik Kruskopfin ja Pekka Valtosen teoksia apuna käyttäen.

Salla Jokelan väitöstutkimus suomalaisen matkailukuvaston luomasta Suomi-kuvasta ja identiteetistä on ollut tärkeä teos rakentaessani omaa lähestymistapaani tutkimusaiheeseeni. Matti Klingen *Suomen sinivalikoiset värit*, Marketta Luutosen väitöskirja *Kansanomainen tuote merkityksenkantajana* sekä Tero Halosen ja Laura Aron toimittama *Suomalaisten symbolit* ovat auttaneet näkemään kotiteollisuustuotteiden välittämiä merkityksiä kansallisina symboleina.

2. Suomi kansainväliseksi matkailumaaksi

2.1. Matkailu 1920- ja 1930-luvulla

Ensimmäisen maailmansodan jälkeiset vuosikymmenet olivat suurten muutosten aikaa Euroopassa. Yhteiskunnalliset, taloudelliset ja kulttuuriset muutokset ajoivat matkailunkin muutoksiin ja matkailu nousi Euroopassa ja Yhdysvalloissa ennenkuulumattomaan suosioon. 1920- ja 1930-luvun matkailija oli toisenlainen kuin ennen. Hän ei enää kulkenut leppeässä ilmassa museoita ja gallerioita kiertäen, vaan lyhentynyt lomamatka vietettiin keräten elämyksiä.²² Matkalle lähdön syiden nähtiin liittyvän matkailijan henkilökohtaisiin tarpeisiin ja sielulliseen hätään ja levottomuuteen, joita voitiin estää matkustamalla. Sivistymisen sijaan matkalle voitiin lähteä huvittelemaan sekä etsimään nautintoa ja elämyksiä esimerkiksi urheilusta, auringosta, luonnosta ja suurkaupunkien yöelämästä.²³

Matkailusta tuli yhä laajemman väestönosan ajanvietettä eli matkailu demokratisoitui.²⁴ Vanha seurapiiri- ja luksusmatkustaminen loistohotelleineen pysyi edelleen voimissaan, mutta sen osuus matkailun kokonaislukumääristä pieneni, kun modernien, palkastaan lomamatkaan säästävien, nopeasti vuosilomallaan matkustavien matkailijoiden lukumäärät kasvoivat.²⁵ Matkailun yleistyessä matkojen kestot lyhenivät, sillä matkalle lähtijöillä oli käytettävänä lyhyempi palkkatyöstä saatu loma, ja liikennevälineiden nopeatuminen vähensi matkaan kulunutta aikaa.²⁶ Suomessa matkailijoiden oleskeluaika maassa lähes puolittui. Vuonna 1930 keskiwertomatka maassa kesti lähes 19 päivää, vuonna 1939 enää 11.²⁷

Kesä nousi suosituimmaksi matkustusajaksi. Ajan uutuutena erityisesti rantakohteet vetosivat matkailijoihin, jotka halusivat päästä nauttimaan terveellisestä meri-ilmasta ja saada muodinmukaisen rusketuksen. Talvisesonkiin ilmestyivät lumikohteet urheilullisine talviaktiviteetteineen.²⁸

Kansainvälisen matkailun muotivirtaukset vaikuttivat Suomessakin. Suomeen tultiin kesäisin ihailemaan luontoa, nauttimaan auringosta ja ihmettelemään yötöntä yötä. Helsinkiin saapui

²² Ahtola & Koivunen & Korpela & Kostinen & Syrjämaa 2004, 173, 183–184. Ensimmäisen maailmansodan jälkeen matkailussa tapahtui suuria ja kauaskantoisia muutoksia, ja Ahtola & kumppanit viittaavatkin ensimmäisen maailmansodan jälkeiseen matkailuun modernin matkailun alkuvaiheina.

²³ Hirn & Markkanen 1987, 281.

²⁴ Ahtola & Koivunen & Korpela & Kostinen & Syrjämaa 2004, 173–174.

²⁵ Ahtola & Koivunen & Korpela & Kostinen & Syrjämaa 2004, 176.

²⁶ Ahtola & Koivunen & Korpela & Kostinen & Syrjämaa 2004, 174.

²⁷ Sandberg 1943, 102. Lyhyimpiä, vain päivän tai kahden mittaisia, matkoja Suomeen tekivät ruotsalaiset ja virolaiset sekä suurten valtamerialusten matkustajat. Näiden matkojen lyhyys ja yleisyys olivat omiaan lyhentämään kokonaisoleskeluajan kestoja.

²⁸ Ahtola & Koivunen & Korpela & Kostinen & Syrjämaa 2004, 172.

tuhansia matkustajia valtamerialuksilla viettämään päivän tutustuen pääkaupungin nähtävyyksiin.²⁹ Pidemmän ajan Suomessa viettäneet saattoivat tehdä kiertokäyntejä halki maan. Erityisesti matkailijoihin vetosi Petsamon erikoinen luonto ja väestö sekä mahdollisuus ajaa autolla maailman ainoa Jäämeren rannalle ulottuva tie.³⁰ Elitistisenä pidetyn kylpyläelämän sijaan suosituksi nousivat aurinkoiset uimarannat. Monet matkailijat kävivät Terijoen ja Suursaaren hiekkarannoilla nauttimassa auringosta ja uimisesta. Punkaharjulla käytiin ihailemassa harjuja ja järviä, Kolilla puolestaan Pohjois-Karjalan vaaroja ja Aulangolla hämäläisiä maisemia. Aulangosta kehitettiin eurooppalaiseen hotellitasoon tottuneille matkailijoille sopiva kohde. Monet vanhoista luontokohteista saivat uutta sisältöä, kun liikunta ja retkeily nousivat yhä suosittumiksi harrastuksiksi. Esimerkiksi Punkaharjua ryhdyttiin mainostamaan retkeilykohteena ja Kolista kehitettiin talvikohde laskettelurinteineen ja hiihtolatuineen. Laatokan Karjalaan suunnanneet matkailijat tutustuivat Valamon luostariin, jossa vielä pystyi tutustumaan ortodoksiseen kulttuuriin, jonka epäiltiin olevan katoamassa Neuvosto-Venäjän muodostumisen jälkeen.³¹

Suomessakaan matkailijat eivät enää tyytyneet katsomaan maisemia näkötorneista ja huvimajoista, vaan tilalle tuli liikettä kaipaavia erähenkisiä retkeilijöitä sekä kaupungin sykkeestä nauttivia maailmankansalaisia. Suomesta kirjoitetussa matkakirjallisuudessa ei enää vain kuvailtu maisemia, vaan kertomukset kuvasivat toimintaa ja tunnelmia. Dynaamisten, nopeasti matkustavien turistien tarpeita varten matkakirjallisuuden ja -mainosten tuli muuttua, sillä enää ei ollut aikaa lukea yksityiskohtaisia reittikuvauksia.³² Matkailumainontaa varten tehdyssä kuvituksessa lentokoneet ja autot kuljettivat matkailijat tuhansien järvien maahan luonnon helmaan ja hiekkarannoille sekä nauttimaan modernin Suomen kaupunkien riennoista.³³ Elämyksiä hakevien turistien käytös herätti keskustelua ja paheksuntaa kulttuuripiireissä ympäri Euroopan. Turismin uudet ilmiöt liittyivät laajempaan vanhojen elitististen arvojen ja kasvavan massa- ja kulutusyhteiskunnan konfliktiin muuttuvassa yhteiskunnassa.³⁴ Matkailu monien muiden yhteiskunnallisten ilmiöiden tavoin koki suuria muutoksia, joilla oli kauaskantoisia vaikutuksia.

1930-luku oli Suomeen suuntautuneessa matkailussa ennenkuulumattoman nopean kasvun aikaa. Vuosikymmenen huippuvuonna 1938 maahan saapui 2½-kertainen määrä matkailijoita

²⁹ Hirn & Markkanen 1987, 294.

³⁰ Hirn & Markkanen 1987, 219, 222; Mäkinen 1983, 170–173.

³¹ Hirn & Markkanen 1987, 234–240, 246, 249.

³² Hirn & Markkanen 1987, 281.

³³ Ahlström-Taavitsainen & Enegren, & Londen & Palanterä & Simons & Westö 2007, 52.

³⁴ Ahtola & Koivunen & Korpela & Kostianen & Syrjämaa 2004, 183–184.

verrattuna vuoteen 1930 eli määrä nousi 36 791 matkailijasta 93 988:aan. Jopa Euroopan pahimpina lamavuosina 1930-luvun alussa matkailijoiden määrät kasvoivat, vaikka samaan aikaan monet Euroopan suurista matkailumaista kärsivät turistikadosta. Heti pahimpien lamavuosien jälkeen vuosina 1934–37 matkailijamäärien kasvu oli Suomessa suhteellisesti suurinta eli lähes 20 prosenttia vuodessa. Vuonna 1939 matkailijamäärät kääntyivät laskuun, sillä levoton ilmapiiri Euroopassa rajoitti kesämatkailua ja osa säästeli matkaa olympiavuoteen 1940. Matkailunedistäjien haaveena oli, että vuonna 1940 olisi ylitetty 100 000 matkailijan raja.³⁵ Edellisten vuosien kasvusuhdanteiden perusteella tätä voi pitää melko realistisena tavoitteena. Matkailijoiden tulo kuitenkin päättyi toisen maailmansodan ja talvisodan alkaessa, ja olympiavuoden matkailijaennätyksille heitettiin lopulliset hyvästit keväällä 1940, kun päätettiin, ettei olympialaisia järjestetä.

Euroopan maista eniten matkailijoita maailmansotien välisenä aikana keräsivät Ranska, Sveitsi, Italia, Itävalta, Tšekkoslovakia ja Norja. Sota oli tehnyt matkailusta lähes mahdotonta, mutta kun sodan jälkeen vuonna 1924 Euroopassa saavutettiin pitkälti sotaa edeltänyt elintaso, matkailun suosio lähti todelliseen nousuun. Esimerkiksi vuonna 1935, kun Suomessa kävi 63 700 matkailijaa, kävi Italiassa yli 3 miljoonaa turistia ja Sveitsissä 1,1 miljoonaa.³⁶ Nämä kohteet keräsivät puoleensa niin paljon matkailijoita, että kokeneimpien ja elämyksenhakuisten matkailijoiden huomio kiinnittyi Euroopan syrjäisempiin kohteisiin. Eteläisemmän Euroopan levottomuudet, kuten Espanjan sisällissota, Italian Abessinian sotaretki sekä Ranskan ja Saksan sisäpoliittiset levottomuudet, ajoivat matkailijoita etsimään uusia lomakohteita. Suomi osana rauhallisena pidettyjä Pohjoismaita hyötyi tästä levottomuuden ajasta.³⁷ Suomen syrjäinen sijainti – joka yleensä oli nähty haittana turistivirtojen ohjaamisessa maahan – kääntyi tässä maailmantilanteessa eduksi. Vuonna 1904 Suomen Höyrylaiva Osakeyhtiön ensimmäisen kerran käyttöön ottama mainoslause ”Off the Beaten Track” valjastettiin uudelleen matkailun käyttöön.³⁸ Suomi oli mainoksissa rauhallinen ja syrjäinen helmi, jonka koskematonta luontoa suuret turistimassat eivät vielä olleet valloittaneet.

Matkailun suosion kasvaessa huomattiin sen taloudellinen merkitys. Ensimmäisen maailmansodan jälkeen monien Euroopan valtioiden talous oli vaikeassa tilanteessa ja matkailun kehittäminen nähtiin oivana keinona saada kipeästi kaivattua ulkomaista valuuttaa.³⁹

³⁵ Hirn & Markkanen 1987, 272; Sandberg 1943, 38–40, 82.

³⁶ Hirn & Markkanen 1987, 296; Sandberg 1943, 31.

³⁷ Hirn & Markkanen 1987, 207, 280; Sandberg 1943, 12–13.

³⁸ Ahlström-Taavitsainen & Enegren, & Londen & Palanterä & Simons & Westö 2007, 44, 68–71.

³⁹ Ahtola & Koivunen & Korpela & Kostinen & Syrjämaa 2004, 188–190.

Esimerkiksi Ranskassa, Sveitsissä ja Italiassa matkailijaliikenteestä saadut tulot kasvoivat sodan jälkeen maksutaseen toiseksi suurimmaksi tuloeräksi heti viennin jälkeen.⁴⁰ Tämän johdosta monessa maassa kiinnostuttiin valtion tasolla matkailun kehittämisestä.⁴¹ Alkoi muodostua valtiojohtoinen, matkailuelinten harjoittama matkailun suunnitelmallinen ja määrätietoinen edistäminen eli matkailupolitiikka ja -propaganda.⁴² Matkailijoiden lukumäärien nopea kasvu vauhditti matkailuorganisaatioiden muodostumista. Organisaatiot kehittivät ja tukivat matkailua elinkeinona ja olivat asiantuntija lainsäädäntöä valmisteltaessa. Valtiollisten turistiorganisaatioiden ja matkailuvirastojen tehtävänä oli turvata niin elinkeinonharjoittajien kuin turistien olot ja siten vakinaistaa turistien tasaiset virrat maahan.⁴³

Ranskan, Italian, Espanjan ja Saksan matkailuelimet aloittivat ensimmäisinä propagandakilpailun, joka pian johti siihen, että 1930-luvun alkuun mennessä noin 50 valtiota käytti alati kasvavan osuuden budjetistaan matkailun edistämiseen. Myös suuret hotelliketjut, laiva- sekä lentoyhtiöt käyttivät mainontaan suuria summia.⁴⁴ Matkailusta oli tulossa kulutustuote, jota myös käytiin mainostamaan kulutustuotteen tavoin.⁴⁵

Matkailun maailmanlaajuiset vaikutukset herättivät kiinnostusta. Kansainliiton taloudellinen komitea tutki 1920-luvulla mitkä olivat matkailun vaikutukset kansainvälisenä taloudellisenä tekijänä ja miten matkailijaliikennettä voitiin edistää. Samalla määriteltiin ensimmäistä kertaa matkailija-sana tarkoittamaan maassa tai paikkakunnalla vähintään 24 tuntia viipynyttä vierasta henkilöä, joka matkusti virkistystarkoituksessa, sukulaisten luo, liikematkalla tai kokoukseen osallistuakseen.⁴⁶ Tätä määritelmää käytettiin melkein sellaisenaan, kun Suomessa ryhdyttiin tekemään matkailijatilastoja 1920-luvun lopulla.⁴⁷

Taloudellisten vaikutusten lisäksi matkailulla oli maailmanlaajuisesti tärkeä aatteellinen merkitys. Matkailulla ajateltiin vähennettävän kansojen epäluuloisuutta toisiaan kohtaan ja edistettävän hyviä suhteita sekä maailmanrauhaa maailmansodan kokeneessa maailmassa. Sekä taloudelliset että aatteelliset syyt vaikuttivat siihen, että valtiot ryhtyivät poistamaan esteitä kansainvälisen matkailun tieltä.⁴⁸ Suomessakin otettiin käyttöön matkailijakortti

⁴⁰ Sandberg 1945, 10.

⁴¹ Ahtola & Koivunen & Korpela & Kostiainen & Syrjämaa 2004, 188.

⁴² Melgin 2014, 20–21; Sandberg 1943, 16–17.

⁴³ Ahtola & Koivunen & Korpela & Kostiainen & Syrjämaa 2004, 191.

⁴⁴ Ahtola & Koivunen & Korpela & Kostiainen & Syrjämaa 2004, 188–190; Hirn & Markkanen 1987, 262; Sandberg 1945, 17.

⁴⁵ Ahtola & Koivunen & Korpela & Kostiainen & Syrjämaa 2004, 194.

⁴⁶ Hirn & Markkanen 1987, 214.

⁴⁷ Sandberg 1943, 29.

⁴⁸ Hirn & Markkanen 1987, 214; Lähteenkorva & Pekkarinen 2004, 288; Sandberg 1945, 10.

Pohjoismaiden ja Viron kanssa vuonna 1929. Samoihin aikoihin poistettiin viisumipakko useiden muiden maiden kohdalla.⁴⁹ Toisaalta 1930-luvun lamavuosina monissa maissa pyrittiin edistämään kotimaanmatkailua, sillä kotimaisten matkailijoiden rahojen ei haluttu päätyvän muille maille.⁵⁰

2.2. Suomen matkailuolojen järjestäminen

Kun Suomen alue vielä oli ollut osa Venäjän valtakuntaa, pääosa Suomeen saapuneista matkailijoista oli venäläisiä, mutta ensimmäisen maailmansodan, Neuvosto-Venäjän muodostumisen ja Suomen itsenäistymisen myötä tämä kävijäkunta hävisi käytännössä kokonaan.⁵¹ Matkailun elvyttämiseksi 1920-luvulla oli tarpeen saada Suomen maine matkailumaana ihmisten tietoisuuteen myös muualla maailmalla ja erityisesti lähialueilla Euroopassa.

1920- ja 1930-luvulla Suomen matkailuolojen järjestämisestä vastasi Suomen Matkailijayhdistys. Yhdistys oli perustettu yksityisten henkilöiden aloitteesta vuonna 1887. Perustajien ajatuksena oli kansallisromantiikan hengessä lisätä suomalaisten isänmaanrakkautta matkailulla, ja ulkomaalaisten kiinnostusta Suomea ja maassa matkustamista kohtaan. Perustamiseen vaikuttivat myös Euroopan eri maissa jo toimineiden matkailijayhdistysten antama esimerkki sekä halu sivistää suomalaisia ja nostaa Suomi eurooppalaiseksi sivistysvaltioksi. Nouseva elintaso myös paransi matkailun edellytyksiä.⁵²

Matkailijayhdistyksen 1800-luvun lopulla rakentama matkailujärjestelmä oli kukoistavimmillaan ennen ensimmäistä maailmansotaa ja kotimaanmatkailu oli kasvussa aina vuoteen 1916 asti. 1900-luvun ensimmäisten vuosikymmenten matkailijaluvuista ei ole tarkkoja tietoja, mutta arvioiden mukaan Suomen alueella kävi vuosittain noin 10 000 matkailijaa. Heistä noin 60 prosenttia tuli Venäjän valtakunnasta, viidesosa Saksasta ja 15 prosenttia Englannista. Tulijoita oli myös Skandinaviasta, Ranskasta ja Yhdysvalloista.⁵³

⁴⁹ Sandberg 1945, 25.

⁵⁰ Ahtola & Koivunen & Korpela & Kostianen & Syrjämaa 2004, 181.

⁵¹ Hirn & Markkanen 1987, 236.

⁵² Hirn & Markkanen 1987, 149–151. Matkailijayhdistyksen perustamisen takana olivat toimittaja ja liberaali poliitikko August Schauman ja joukko Keisarillisen Aleksanterin Yliopiston nuoria tiedemiehiä, jotka ulkomailla kulkiessaan olivat nähneet matkailun mahdollisuudet elinkeinona ja toivoivat kotimaanmatkailun Suomessa parantavan suomalaisten sivistystasoa ja lisäävän isänmaanrakkautta. Schauman ja muut yhdistyksen perustajat aloittivat uuden idealistisen työn vaiheen Suomen matkailun kehityksessä. Hirn & Markkanen 1987, 152–153.

⁵³ Hirn & Markkanen 1987, 195.

Maailmansodan ja sisällissodan matkailuun aiheuttaman pysähdyksen jälkeen Suomen matkailuolaja käytiin järjestämään uudelleen. Suomen Matkailijayhdistyksestä tuli valtion ensisijainen matkailuorganisaatio, vaikkei se ollutkaan suoraan valtionhallinnon alainen. Yhdistys laati perusohjelman siitä, miksi ja miten Suomesta tuli tehdä matkailumaa.⁵⁴ Myös valtionhallinnon suunnalta osoitettiin kasvavaa kiinnostusta matkailun edistämisen ja Suomietoutuden levittämisen suuntaan. Ulkoministeriön sanomalehtijaosto teki matkailumainontaa, mutta sen vuosibudjetista vain murto-osa käytettiin tähän.⁵⁵ Matkailijayhdistys jäi siten valtion tukemana maan pääasialliseksi matkailua järjestäväksi elimeksi.

Heti itsenäistymisen jälkeen matkailupiireissä katsottiin, että matkailuedellytykset Suomessa olivat niin heikoissa kantimissa, ettei maahan haluttu suuria määriä matkailijoita. Niinpä Suomen Matkailijayhdistys käytti 1920-luvun matkailuolajen ajanmukaistamiseen.⁵⁶ Sotien välisenä aikana Suomen Matkailijayhdistys, Valtionrautatiet, suurimmat höyrylaivaosakeyhtiöt ja valtio yhdessä paikallisten yritysten kanssa rakensivat matkailuverkoston ja loivat siten uudenaikaisen matkailun perusrakenteen Suomeen.⁵⁷

Matkailijayhdistyksen huolena olivat erityisesti matkailua varten tarvittun infrastruktuurin puute sekä maan hotelli- ja ravintola-alan tila. Ongelmana nähtiin, ettei Suomessa osattu ottaa huomioon kansainvälisten vieraiden tarpeita ja toiveita. Matkailijayhdistys ryhtyi toimeen ja merkittäville matkailupaikoille rakennettiin moderneja hotelleja ja matkailumajoja.⁵⁸ Yhdistys esimerkiksi rakensi Lappiin ja Petsamoon matkailumajoja valtion rahoittamana, sillä yksityinen pääoma ei siellä riittänyt näihin panostuksiin.⁵⁹ Rautatieverkostoa ja -kalustoa uusittiin, maantieverkosto tihentyi ja tehtiin autoille sopivaksi. Linja-autoliikenteen kehittyminen edisti erityisesti kotimaanmatkailua.⁶⁰

1920-luvulla matkailuedellytysten parantamiseen käytettävissä olleet varat olivat varsin vaatimattomia ja siksi tuloksetkin jäivät vähäisiksi. Valtion myöntämät avustukset kasvoivat kunnolla vasta 1930-luvun jälkipuoliskolla.⁶¹ Valtion kasvava kiinnostus matkailua kohtaan näkyi myös siten, että valtioneuvosto asetti vuonna 1935 Suomen Matkailijayhdistyksen ja Suomen-Matkojen aloitteesta valtion matkailukomitean tutkimaan maan sisäisiä matkailuolaja

⁵⁴ Hirn & Markkanen 1987, 218.

⁵⁵ Hirn & Markkanen 1987, 209; Lähteenkorva & Pekkarinen 2004, 245.

⁵⁶ Hirn & Markkanen 1987, 209.

⁵⁷ Hirn & Markkanen 1987, 234.

⁵⁸ Hirn & Markkanen 1987, 210, 215.

⁵⁹ Hirn & Markkanen 1987, 230, Sandberg 1943, 22-23.

⁶⁰ Hirn & Markkanen 1987, 215.

⁶¹ Sandberg 1943, 24.

sekä sitä, miten edistettäisiin Suomeen suuntautuvaa ulkomaista matkailijaliikennettä. Komitean tehtävänä oli myös laatia ehdotus valtion matkailupolitiikasta ja sen suuntaviivoista. Komitean työ valmistui kesällä 1937. Matkailualan ja -olojen kehittämistä huolimatta komitea löysi parannettavaa lähes kaikesta ja toivoi alalle keskitystä, jotta ongelma-kohtiin olisi voitu puuttua helpommin. Eniten huomautuksia saivat majoitusolot sekä puutteet liikennevälineissä.⁶²

2.3. Matkailijat Suomessa

Suomeen saapuneista matkailijoista on tilastoja vuodesta 1924 lähtien, mutta kattavasti matkailijoita tilastoitiin vasta 1930-luvun alusta. Suomen matkailijaliikenteen kasvu johtui pääasiassa lomamatkailijoiden määrän kasvusta, sillä heidän lukumääränsä yli kolminkertaistui 1930-luvun aikana.⁶³ Erityisesti vuodesta 1936 eteenpäin huvimatkailijoiden määrä kasvoi suhteessa nopeammin kuin muiden.⁶⁴ Huvimatkailijoiden määrän kasvu johti siihen, että kesäkuukausista muodostui entistä selvemmin Suomeen suuntautuneen matkailun suosituin sesonki. Kesä-, heinä-, ja elokuun aikana maahan saapui vuosikymmenen lopulla yli kaksi kolmasosaa koko vuoden matkailijoista ja lähes 80 prosenttia kaikista huvimatkailijoista, mikä johti haasteisiin majoitus- ja kuljetuskapasiteetin ylläpidossa.⁶⁵

Myös talvimatkailun suosio kasvoi, mutta tämä johtui lähinnä kotimaanmatkailusta. Työtä kansainvälistenkin talvimatkailijoiden saamiseksi maahan tehtiin. Suomen-Matkat teki vuonna 1933 aloitteen Suomen talvimatkailuolosten ja -mahdollisuuksien selvittämisestä ja vuonna 1935 Suomen matkailijayhdistyksen vuosikirjassa Lauri Pihkala suunnitteli, kuinka talvimatkailu saataisiin Suomessa yhtä suosituksi, kuin mitä se oli Norjassa ja Sveitsissä.⁶⁶ Myös ulkoministeriö tuki talvisesonkiin panostamista, sillä talvimatkailulla oli tutkimuksin todettu olevan suuremmat taloudelliset vaikutukset kuin kesämatkailulla.⁶⁷ Ulkomaalaisille matkailijoille Suomi talvimatkailumaana jäi kuitenkin vieraaksi, sillä Suomen-Matkat julkaisi

⁶² Hirn & Markkanen 1987, 267, 269; Sandberg 1945, 27-28.

⁶³ Sandberg 1943, 31. Vuonna 1930 huvimatkailijoita oli 18 285. Huippuvuonna 1938 luku oli 68 104.

⁶⁴ Sandberg 1943, 91.

⁶⁵ Sandberg 1943, 47, 84.

⁶⁶ Sandberg 1945, 26; KA, SMLA, Dc:109, Suomen Matkailijayhdistyksen vuosikirja 1935, 19-34.

⁶⁷ Lähteenkorva & Pekkarinen 2004, 290.

ensimmäiset vieraskieliset talvimatkailumainokset vasta vuonna 1937, eivätkä ne siksi ennättäneet lisätä talvimatkailua juuri lainkaan ennen talvisodan alkua.⁶⁸

Matkailun muutokset eivät koskeneet vain ulkomaalaisia Suomeen tulleita matkailijoita, vaan kehitys näkyi myös itse suomalaisten tavoissa matkustaa maan sisällä. Autoistuminen helpotti liikkumista ja elintason kohoaminen sekä matkustamisen halpeneminen mahdollistivat kotimaanmatkailun kasvun. Suomalaisia kotimaanmatkailijoita ei 1920- ja 1930-luvulla tilastoitu vielä mitenkään, mutta myös maan sisäinen matkailu kasvoi nopeasti. Arvioiden mukaan suomalaisia matkailijoita olisi maassa ollut kymmeniä tuhansia vuodessa.⁶⁹ Kotimaiset matkailijat olivat pääasiassa hyvätuloisia virkamiehiä ja opiskelijoita, sillä työväkeä koskeva vuosilomalainsäädäntö saatiin vasta vuonna 1939. Heti lain astuttua voimaan se lisäsi myös työväen osuutta matkailijoista, ja yrityksiä työ- ja maaseutuväen matkailun kasvattamiseksi tehtiin 1930-luvun lopulla.⁷⁰ Suomalaisetkin matkustivat entistä enemmän kesäaikaan ja nopeammat kulkuyhteydet mahdollistivat viikonloppumatkat. Talvimatkailun suosio kasvoi erityisesti kouluihin tulleen hiihtoloman myötä.⁷¹

Suurin osa Suomeen tulleista matkailijoista tuli naapurimaista Ruotsista ja Virosta. Erityisesti ruotsalaiset kunnostautuivat naapurimaan vieraina, sillä heidän osuutensa kaikista Suomeen saapuneista matkailijoista oli vuosikymmenen lopulla lähes 40 prosenttia ja lukumäärällisesti ruotsalaisten määrä kasvoi vajaasta kymmenestä tuhannesta yli 34 000:een. Virolaisten osuus tulijoista oli joka vuosi noin 15 prosenttia, mutta heidänkin vuosittainen lukumääränsä kasvoi 7500 henkilöllä. Ruotsalaisten ja virolaisten jälkeen suurimmat kävijäryhmät olivat saksalaiset, englantilaiset, yhdysvaltalaiset, tanskalaiset ja norjalaiset. Saksalaisia oli noin 11–13 prosenttia ja englantilaisia ja yhdysvaltalaisia kumpiakin noin 7–11 prosenttia kävijöistä. Sekä tanskalaisten että norjalaisten matkailijoiden prosenttiosuus vaihteli 3–5 prosentin välillä.⁷² Suomeen tultiin enenevässä määrin myös muista maista. Lähtömaiden kirjon kasvaessa ryhdyttiin matkailijoita jakamaan entistä tarkemmin tilastoissa kotimaansa mukaan.⁷³

⁶⁸ Sandberg 1943, 41; Sandberg 1945, 26. Ensimmäinen talvimatkailuesite oli englanninkielinen *Finland for Winter Sports*, jossa esiteltiin suomalaisen hiihdon vuosituhantista historiaa ja muita talviurheilulajeja. Esitteen kuvituksena toimivat Suomen merkittävimmät talviurheilupaikat eli Lahti, Koli ja Lappi. KA, SMLA, Uc:502, Suomen-Matkat 1937, ”Finland for Winter Sports”.

⁶⁹ Hirn & Markkanen 1987, 253. Tähän arvioon on laskettu mukaan vain tarkoituksellisesti kotimaahansa tutustumaan lähteneet matkailijat. Jos mukaan otetaan kaikki virkistystarkoituksessa yli vuorokauden kotipaikkakuntansa ulkopuolella viettäneet, on lukumäärä satoja tuhansia matkailijoita vuodessa.

⁷⁰ Hirn & Markkanen 1987, 253–254, 296.

⁷¹ Hirn & Markkanen 1987, 227, 253.

⁷² Sandberg 1943, 61.

⁷³ Sandberg 1943, 57.

Ruotsalaisia ja virolaisia tuli Suomeen erityisesti lyhyille viikonloppumatkoille. Näistä maista oli helppo lähteä Suomeen lyhyen matkan lisäksi sen takia, että maiden välillä ei tarvinnut enää 20-luvun lopulta lähtien viisumia, vaan pelkkä matkustajakortti riitti. Suurin osa suomalaisten matkailumainonnasta oli kohdistettu Ruotsiin ja kulkuyhteydet Suomen ja Ruotsin välillä olivat parhaiten hoidossa ja tiheimmät, joten oli luonnollista, että Ruotsista suuntautui suurin ulkomainen liikenne Suomeen. Ruotsista matkusti erityisen paljon matkailijoita sunnuntain viettoon Ahvenanmaalle ja Virosta puolestaan suunnattiin laivalla Helsinkiin.⁷⁴ Suurin osa pienituloisista matkailijoista tuli lähialueilta Ruotsista ja Virosta, joista oli suhteellisen halpaa lähteä naapurimaahan pienelle lomalle.⁷⁵

Saksalaiset olivat kolmanneksi innokkaimmat Suomen-matkaajat kaikkina muina vuosina, paitsi pahimpina lamavuosina. Saksalaisten matkustusintoa yritettiin ohjata Saksan valtion suunnalta rajoittamalla valuutan vientiä ja tekemällä matkailusopimuksia tiettyjen maiden kanssa. Suomella ei tällaisia sopimuksia Saksan kanssa ollut, mutta silti saksalaiset löysivät Suomeen.⁷⁶ Yhtenä syynä tähän on tarjottu sitä, että maailmansodan jälkeen saksalaiset eivät olleet tervetulleita kovin moneen muuhun Euroopan maahan.⁷⁷ Lisäksi Suomen ja Saksan väliseen laivaliikenteeseen lisättiin laivoja ja Saksasta järjestettiin edullisia ryhmämatkoja Suomeen.⁷⁸

Englantilaisten lukumäärät kääntyivät nopeaan kasvuun, kun laivayhteydet Suomen ja Englannin välillä paranivat. Englantilaisia tuli erityisesti päiväksi Helsinkiin pysähtyneiden risteilylaivojen matkustajina.⁷⁹ Myös monet yhdysvaltalaiset saapuivat Suomeen pikavisiitille samoilla valtamerialuksilla. Yhdysvaltalaisten kiinnostusta Suomeen lisäsi se, että vuonna 1933 Suomi maksoi ainoana maana Yhdysvalloille takaisin velkansa lamavuosista huolimatta, ja osoitti näin olevansa luotettava maa. Tapahtuman positiivisen vaikutuksen sanottiin olleen niin suuri, että suomalaisten oman maamainonnan merkitys jäi toiselle sijalle.⁸⁰ Kiinnostuksen kasvun myötä yhä useampi yhdysvaltalainen suuntasi kulkunsa Suomeen. Lisäksi Suomen-Matkoilla oli New Yorkissa matkailumainontaa tekevä toimisto, joka teki tuloksellista propagandatyötä. Yhdysvalloissa olleesta positiivisesta Suomi-kuvasta huolimatta aivan niin

⁷⁴ Sandberg 1943, 52. Ahvenanmaan turismi oli lähes yksinomaan ruotsalaisten matkailijoiden varassa, sillä ajan kielikiistojen takia suomenkieliset kotimaanmatkailijat välttivät ruotsinkielistä Ahvenanmaata. Hirn & Markkanen 1987, 241.

⁷⁵ Sandberg 1943, 80.

⁷⁶ Sandberg 1943, 52.

⁷⁷ Hirn & Markkanen 1987, 218.

⁷⁸ Sandberg 1945, 53.

⁷⁹ Sandberg 1943, 53.

⁸⁰ Lähteenkorva & Pekkarinen 2004, 370–371.

moni täysverinen matkailija ei suunnannut Suomeen, kuin tilastoista voisi laskea, sillä yhdysvaltalaisiksi laskettiin myös amerikansuomalaiset, jotka tulivat Suomeen sukuloimaan.⁸¹

2.4. Matkailupropagandan järjestäytyminen

Matkailijamäärien ennennäkemättömän suuri kasvu pakotti miettimään matkailua, sen vaikutuksia ja mahdollisuuksia entistä vakavammin. Kansainvälisiä esimerkkejä ja tutkimustuloksia seuraten myös Suomessa huomattiin 1920-luvun kuluessa matkailun kansantaloudellinen merkitys. Vaikka matkailun taloudellinen vaikutus Suomessa oli varsin vaatimaton verrattuna silloisten matkailun suurmaiden tilanteeseen, oli se vähitellen kasvamassa. Vuonna 1929 Italiassa matkailutulot verrattuna maan viennin arvoon olivat 67,7 prosenttia, Sveitsissä 37,7 ja Norjassa 7,1 prosenttia. Suomessa vastaava luku oli 2,9.⁸² 1930-luvun aikana matkailutulojen osuus Suomen viennin arvosta kasvoi ja oli 3,0–4,3 prosenttia eli noin 170–250 miljoonaa markkaa.⁸³ Vaikka matkailutulojen osuus näyttää pieneltä, oli kyseessä kuitenkin useana vuonna viennin neljänneksi suurin tekijä sahatavaran, paperiteollisuuden ja maataloustuotteiden jälkeen. Lisäksi ulkomaankauppa kasvoi suhteessa vielä nopeammin kuin matkailu, joten matkailun taloudellinen kasvu jäi muun viennin jalkoihin. Matkailun tuomien tulojen takia oli tärkeää kehittää alaa ja sen edellytyksiä. Tuloista huolimatta Suomessa painotettiin yleensä enemmän matkailun merkitystä maan tunnetuksi tekemisen kannalta.⁸⁴

Matkailuun suoraan liittyvän yritystoiminnan lisäksi matkailijoiden nähtiin olevan tärkeitä maan kotitalousmarkkinoiden ja viennin kannalta, sillä matkailijoiden suomalaisia tuotteita kohtaan osoittama kiinnostus saattoi edesauttaa yritysten pääsyä ulkomaanmarkkinoille. Suomessa käydessään matkailija näki, kuinka hyvällä kannalla suomalaisen teollisuuden edellytykset olivat.⁸⁵

Kun Suomessa vihdoinkin myös valtion tasolla ymmärrettiin matkailun kansantaloudellinen merkitys, muualla Euroopassa toimijat käynnistivät jo vilkasta maamainontaa. Suomessa herättiin huomaamaan, että maa oli jäänyt jälkeen kansainvälisestä kehityksestä.⁸⁶ Esimerkiksi

⁸¹ Sandberg 1943, 54.

⁸² Hirn & Markkanen 1987, 307.

⁸³ Hirn & Markkanen 1987, 305; Sandberg 1945, 63.

⁸⁴ Hirn & Markkanen 1987, 305.

⁸⁵ Lähteenkorva & Pekkarinen 2004, 287–288.

⁸⁶ Lähteenkorva & Pekkarinen 2004, 245.

Sveitsissä, Italiassa ja Yhdysvalloissa matkailun teorioita opiskeltiin jo yliopistoissa ja Ruotsistakin lähdettiin Yhdysvaltoihin saamaan matkailualan oppia.⁸⁷

Suomen mainostusta ulkomaisille matkailijoille lisättiin vähitellen. Vuonna 1927 itsenäinen Suomi otettiin ensimmäistä kertaa mukaan yhden maailman suurimman matkatoimiston, Thomas Cookin, matkaoppaiden ohjelmiin ja samana vuonna ilmestyi Matkailijayhdistyksen julkaisu *Miksi ja miten Suomesta olisi kehitettävä matkailumaa?*.⁸⁸ Jotta Suomi pystyi kilpailemaan muiden Euroopan maiden kanssa matkailijoista, tuli matkailupiirien mukaan Suomeen perustaa oma matkailupropagandan organisaatio. Tarpeeksi tehokkaan propagandakoneiston aikaansaamiseksi oli järjestelystä vastanneiden mielestä erittäin tärkeää, että työhön saatiin matkailupiirien lisäksi mukaan valtio.⁸⁹

Suomen Matkailijayhdistyksen edustajat eivät kokeneet enää pystyvänsä hoitamaan matkailupropagandaa osana laajentuvaa ja varsin kunnianhimoista tehtäväkenttäänsä, sillä heillä oli jo täysi työ Suomen sisäisten matkailuolosten kohentamisessa.⁹⁰ Suomessa oli kuitenkin vakaa aikomus ottaa muut Euroopan maat kiinni ja niinpä vuonna 1930 perustettiin oma yhdistyksensä tekemään matkailupropagandaa: Suomen-Matkat -tiedotustoimisto.⁹¹

Suomen-Matkojen perustamiseen johtaneet tapahtumat alkoivat tammikuussa 1930, kun perustettiin Matkailupropagandan keskustoimikunta. Keskustoimikunnan ensimmäisiä tehtäviä oli Helsingin kaupungilta saadun avustuksen turvin suunnitella kaupungille matkailupropagandajulkaisu. Työ haluttiin kuitenkin saattaa laajemmalle pohjalle ja ottaa mukaan koko maata käsittävän propagandan tekeminen. Ajatus eteni nopeasti valtion tukeman propagandaorganisaation perustamiseen ja niinpä saman vuoden huhtikuussa perustettiin matkailupropagandan oma liitto eli *Suomen-Matkat r.y., ulkomailta suuntautuvan matkailijaliikenteen edistämislaitos*.⁹² Propagandan ensisijainen tarkoitus oli tehdä Suomi kokonaisuudessaan tunnetuksi, sillä tekijöiden mielestä täytyi ensin tehdä tunnetuksi maa, ennen kuin yksittäiset paikkakunnat saattoivat käydä mainostamaan.⁹³ Myös käytännön syyt

⁸⁷ Hirn & Markkanen 1987, 210.

⁸⁸ Hirn & Markkanen 1987, 209; KA, SMLA, Ue:524, Sandberg, Börje 1927, ”Miksi ja miten Suomesta olisi kehitettävä matkailumaa?”. Tämänkin julkaisun kirjoitti Börje Sandberg.

⁸⁹ Sandberg 1945, 12.

⁹⁰ Hirn & Markkanen 1987, 262. Suomen Matkailijayhdistyksen kiireisyys maan sisäisten matkailuolosten järjestämisessä käy selväksi yhdistyksen johtokunnan pöytäkirjoista, sillä lähes kaiken ajan kokouksissa on vienyä yhdistyksen hotelli- ja matkailumajaverkoston hoitaminen. KA, SMLA, Ca:3.

⁹¹ Hirn & Markkanen 1987, 262.

⁹² KA, SMLA, Ue:428, Suomen-Matkojen toimintakertomus 1930, 2.

⁹³ Sandberg 1945, 12.

johtivat tähän, sillä Suomen-Matkojen saamat määrärahat olivat niin pieniä, ettei yhdistys pystynyt tekemään paikallista propagandaa. Siksi tämä tehtävä annettiin kunnille.⁹⁴

Suomen-Matkojen perustaminen kokosi taakseen entistä laajemman kirjon matkailun edistämisestä kiinnostuneita tahoja. Yhdistyksen perustavassa kokouksessa oli läsnä edustajia valtion virastoista, Suomen Matkailijayhdistyksestä, eri kaupungeista, matkailualan yrityksistä ja liikenneyhtiöistä sekä yhdistyksistä, hotelleista ja ravintoloista sekä kauppakamareista ja pankeista.⁹⁵ Propagandatoimiston kannatus laajeni entisestään, kun lisää kaupunkeja ja matkailualan yrityksiä liittyi uuden yhdistyksen jäseniksi ensimmäisen toimintavuoden aikana.⁹⁶ Myös uuden yhdistyksen johtokunnan kokoonpanossa näkyi kiinnostuksen laaja-alaisuus, sillä johtokuntaan otettiin edustajia matkailun kaikilta aloilta ja ulkomaiden asiantuntemus huomioiden. Samalla matkailijaliikenteen edistämistyö siirtyi kaupalliseen suuntaan ja lähinnä liike-elämästä tulleiden henkilöiden hoidettavaksi.⁹⁷ 1920-luvun aikana Suomeen oli muodostunut mainosmiesten ammattikunta, jonka myötä ”mainostos” oli terminä tullut tutuksi suomalaisille.⁹⁸ Nyt tämän uuden ammattikunnan ja liike-elämän oppeja käytiin soveltamaan myös matkailun edistämisessä.

Suomen-Matkojen ja Matkailijayhdistyksen välinen tehtäväjako jaettiin niin, että Matkailijayhdistys keskittyi kotimaisen matkailupolitiikan tekemiseen ja Suomen-Matkat ulkomaisen matkailijaliikenteen edistämiseen.⁹⁹ Uuden yhdistyksen tehtäväksi tuli luoda yhteydet ulkomaille eli aloittaa tehokas matkailupropaganda. Lisäksi se oli mukana maan sisäisten matkailuedellytysten kehittämisessä kansainväliselle tasolle.¹⁰⁰

⁹⁴ KA, SMLA, Uc:428, Suomen-Matkojen toimintakertomus 1930, 7.

⁹⁵ Kaikkiaan kokouksessa oli mukana 40 hlöä: Kaupungeista edustettuina olivat Helsinki, Turku, Viipuri, Savonlinna ja Jyväskylä. Valtion laitoksista oli edustajat Rautatiehallituksesta ja Opetusministeriön Retkeilylautakunnasta. Matkailualan yrityksistä paikalla olivat Suomen Höyrylaiva Oy, Aero Oy, Axel Holmström Oy, Suomen Matkatoimisto Oy, Matkatoimisto Maaailma, Matkailutoimisto Finlandia, Saimaan Höyrylaiva Oy, Otava, hotelli Kämp ja Stockmann. Lisäksi edustettuna oli Keskuskauppakamari, Helsingin kauppakamari, Turun kauppakamari, Saksalais-Suomalainen kauppakamari, Suomen Vientiyhdistys ja Kansallis-Osake-Pankki. Liitoista olivat mukana Yleinen Autoliitto, Suomen Automobiili Klubi, Linja-autoliikennöitsijäin Liitto, Mainosmiesten Kerho ja Suomen Ravintoloitsijain Yhdistys. Yksityishenkilöinä paikalla olivat Matkailupropagandan Keskustoimikunnan jäsen majuri E. Hultin ja johtaja Otto Lumme. KA, SMLA, Hd:428, Suomen-Matkojen perustavan kokouksen pöytäkirja 22.4.1930.

⁹⁶ KA, SMLA Hd: 428, Suomen-Matkojen toimintakertomus 1930, 3–4.

⁹⁷ Hirn & Markkanen 1987, 263; Sandberg 1945, 13–15. Johtokunnan ensimmäiseksi puheenjohtajaksi valittiin Keskuskauppakamarin yliasiamies, vuorineuvos Yrjö Pulkkinen ja yhdistyksen toimitusjohtajaksi tuli Matkailijayhdistyksen palveluksesta tehtävään siirtynyt Börje Sandberg. Yrjö Pulkkinen rooli Suomen-Matkoissa oli merkittävä ja Börje Sandberg omistikin vuonna 1943 kirjoittamansa Suomen ensimmäisen matkailijatilaston ja -tutkimuksen Pulkkiselle. Ks. Sandberg 1943.

⁹⁸ Heikka 2017, 96.

⁹⁹ Sandberg 1943, 24.

¹⁰⁰ Hirn & Markkanen 1987, 215; Sandberg 1945, 17.

Suomen-Matkat toimi valtionhallinnosta erillisenä organisaationa, mutta valtiolla oli keskeinen rooli sen toiminnassa. Yhdistys sai valtionavustuksia toimintansa rahoittamiseen ja ulkoministeriöllä oli yhdessä Valtionrautateiden kanssa oikeus päättää kolmasosa Suomen-Matkojen hallintoneuvoston kokoonpanosta.¹⁰¹ Valtionavustusten lisäksi Suomen-Matkat rahoitti toimintansa lähinnä jäsenmaksuin ja mainosmateriaalin myyntituloin. Valtionapu oli ensimmäisinä vuosina vaatimatonta, ollen 100 000 markkaa, mutta nousi 1930-luvun kuluessa 500 000 markkaan, kun matkailijamäärätkin Suomessa kääntyivät selvään nousuun ja tehdyn maapropagandan positiiviset vaikutukset alkoivat näkyä selvemmin.¹⁰² Silti varojen niukkuus haittasi yhdistyksen toimintaa koko sen toiminta-ajan.¹⁰³

Valtion rooli Suomen-Matkojen rahoittajana ja päätösvalta sen hallintoneuvoston edustajiin tarkoitti, että vaikka kyseessä oli oma organisaationsa, voi yhdistyksen työn katsoa olleen osa Suomen valtion virallista maapropagandatyötä. Propagandan tekijänä Suomen-Matkat edisti koko Suomen tunnettuutta maailmalla ja keskittämällä tiedotus yhteen organisaatioon säästy rahaa, kun kaikkien toimijoiden ei tarvinnut tehdä omaa mainontaa. Näin Suomeenkin saatiin matkailupropagandan organisaatio, joka pystyi toimimaan kilpailukykyisenä muiden maiden alati lisääntyvän matkailumainonnan rinnalla.¹⁰⁴

Ainoaksi jäänyt, Suomen-Matkojen oma matkailutoimisto perustettiin New Yorkiin vuonna 1936 eduskunnan myöntämällä määrärahoilla. Toimisto oli ensimmäinen matkailupropagandan ulkomainen tukikohta, jonka toimintaa johdettiin suunnitelmallisesti Suomesta.¹⁰⁵ Tukholmassa oli toiminut Finska Turistbyrå jo vuodesta 1926, mutta tämä oli perustettu laivayhtiö AB Nyman & Schultzin alaosastona, sillä ulkoministeriöllä ei ollut 1920-luvulla resursseja oman toimiston perustamiseen. Toimisto sai kuitenkin tukea Suomen valtiolta.¹⁰⁶ Suunnitelmia Suomen-Matkojen alaisten Suomi-toimistojen perustamisesta Eurooppaan oli useita, mutta ne kaikki raukesivat rahoituksen puutteeseen. Suomen matkailupropagandaa hoidettiin siten ulkomaisten asiamiesten kautta.¹⁰⁷ Suomen-Matkojen mainosjulkaisuja jaettiin

¹⁰¹ Lähteenkorva & Pekkarinen 2004, 245; Sandberg 1945, 69.

¹⁰² Hirn & Markkanen 1987, 263; Sandberg 1945, 69. Samaan aikaan esimerkiksi Ruotsissa käytettiin matkailun edistämiseen 2,8 miljoonaa markkaa ja monissa muissa Euroopan maissa vielä huomattavasti tätäkin enemmän. Suomen määrärahat olivat siis varsin pieniä monen muun maan panostukseen verrattuna. KA, SMLA, Hd:428, Suomen-Matkojen toimintakertomus 1930, 1.

¹⁰³ Lähteenkorva & Pekkarinen 2004, 245.

¹⁰⁴ Sandberg 1945, 12.

¹⁰⁵ Sandberg 1945, 40–42.

¹⁰⁶ Hirn & Markkanen 1987, 274–275.

¹⁰⁷ Sandberg 1945, 40–42.

myös matkatoimistoille, laiva- ja lentoyhtiöille, sanomalehdille sekä lähetystöille ja konsulaateille.¹⁰⁸

2.5. Matkailu- ja maapropagandan Suomi-kuva

Itsenäistymisen jälkeen Suomen valtio otti entistä suuremman roolin Suomen maakuvan välittämisessä ulkomaille. Tätä ennen maakuvatyö oli ollut Matkailijayhdistyksen kaltaisten järjestöjen ja muiden yksittäisten toimijoiden käsissä. Maakuvan parissa oli tehty työtä jo 1800-luvulta lähtien. Suomea tehtiin tunnetuksi taiteen, tieteen ja teollisuuden avulla esimerkiksi maailmannäyttelyissä, joiden esillepanoon myös Matkailijayhdistys osallistui. Maailmannäyttelyiden kautta maailmalle välitettiin käsityksiä eksoottisesta Suomesta, jossa asui itsenäinen kansa. Tarkoituksena oli oman suomalaiskansallisen tyylin ja esineistön avulla osoittaa, että suomalaiset olivat eurooppalainen sivistyskansa, jolla oli oma historiansa, mutta myös edellytykset menestyä teollistuvassa maailmassa. Tyyli ja sanoma hioutuivat huippuunsa Pariisin maailmannäyttelyssä vuonna 1900.¹⁰⁹ Maakuvan viestinnän tavoitteet pysyivät pitkälti samoina itsenäistymisen jälkeen.

1920–1930-luvun aikana Suomen tunnetuksi tekeminen ja asiasta huolehtivat organisaatiot hakivat vielä muotoaan. Ulkoministeriössä asiaa hoiti poliittisten ja kaupallisten asiain alaisuuteen vuonna 1923 perustettu sanomalehtijaosto, joka 1934 erotettiin omaksi osastokseen. Osaston tehtävänä oli Suomen olojen tunnetuksi tekeminen ja sen valvonta, että ulkomaille levinnyt Suomea koskeva tieto oli oikeaa ja asiallista. Osasto teki työtä Suomessa ja Suomen ulkomailla sijainneiden edustustojen ja ystävyysseurojen välityksellä.¹¹⁰ Suomi-propagandan virallinen ja keskitetty organisaatio saatiin, kun puolustusvoimat ryhtyi järjestämään maaviestintää osana maanpuolustusta ja toisaalta vuodeksi 1940 suunnitellut olympialaiset vaativat Suomelta laaja-alaisempaa tiedotusta kuin koskaan aikaisemmin. Lähestyvien olympialaisten myötä vuonna 1938 perustettiin olympiatiedotusta varten sanomalehtipalvelu ja propagandatoimisto, joiden tehtävänä oli olympiatiedotuksen ohella luoda positiivista kuvaa Suomesta kehittyneenä pohjoisena valtiona.¹¹¹

Ennen olympiatiedotuksen myötä muodostunutta propagandatoimistoa, ulkoministeriön lisäksi työtä maan tunnettuuden edistämiseksi tekivät Suomen Matkailijayhdistys ja Suomen-

¹⁰⁸ Hirn & Markkanen 1987, 278.

¹⁰⁹ Smeds 1996, 319, 347–349.

¹¹⁰ Lähteenkorva & Pekkarinen 2004, 13–14; Melgin 2014, 40.

¹¹¹ Lehtonen 2012, 247; Melgin 2014, 40.

Matkat. Näiden yhdistysten ensisijainen tavoite oli houkutella matkailijoita Suomeen ja palvella maassa matkustavia. Tehtävänä ei ollut huolehtia Suomen maakuvan luonnista, mutta matkailijoita houkutellakseen tuli matkailujärjestöjen luoda mielikuvia Suomesta ja yrittää saada Suomen nimi tunnetuksi maailmalla. Matkailun merkitys tunnustettiin tärkeäksi myös valtion taholta, sillä matkailu auttoi Suomen tekemisessä tunnetuksi.¹¹²

Matkailupropagandan merkitys oli suuri jo 1920-luvulla ja sen merkityksen nähtiin vain kasvavan entisestään 1930-luvulla. Valtio teki matkailupropagandaa ulkoministeriön lähetystöjen ja konsulinvirastojen kautta, jotka käyttivät kulttuuripropagandamäärärahoistaan yleensä noin puolet matkailupropagandaan.¹¹³ Suomea tehtiin ulkomailla tunnetuksi matkailumaana niin tehokkaasti, että yli puolet ulkomailla julkaistuista Suomea koskevista artikkeleista käsittelivät matkailua.¹¹⁴

Matkailijayhdistys yritti lisätä Suomi-propagandaa tehneiden tahojen välistä yhteistyötä 1920-luvulla ehdottaessaan, että ulkoministeriön sanomalehtijaosto, Valtionrautatiet ja Suomen Höyrylaiva Osakeyhtiö loisivat Matkailijayhdistyksen kanssa yhteisen suunnitelman Suomesta ulkomaille levitettävästä kirjallisuudesta.¹¹⁵ Työ oli tärkeää, sillä tiedossa oli, että viidesosa matkailijoista valitsi kohteensa mainosten perusteella. Vielä tärkeämpää kuitenkin oli, että Suomessa käyneille matkailijoille jäi positiivinen käsitys Suomesta, sillä yli puolet matkailijoista valitsi matkakohteensa tuttaviansa suositusten perusteella.¹¹⁶

Matkailuyhdistykset tekivät eniten mainostusta Ruotsissa, minkä vaikutuksesta huomattiin, että ruotsalaisten matkailijoiden määrä Suomessa kasvoi koko ajan.¹¹⁷ Lisäksi mainontaa suunnattiin muihin Pohjoismaihin, Saksaan, Hollantiin ja Englantiin.¹¹⁸ Ulkoministeriön taholla ei vielä mietitty kovin tarkasti kenelle tieto Suomesta tuli kohdistaa. Tärkeänä pidettiin, että Suomea koskevia tietoja saatiin ylipäättään ulkomaille.¹¹⁹ Sekä matkailijajärjestöt että ulkoministeriö ja lähetystöt painottivat toimittajien merkitystä. Tämän lisäksi matkailijajärjestöt kutsuivat valokuvaajia ja kirjailijoita Suomeen ja edustustot välittivät Suomi-tietoutta liikemiehille ja opettajille.¹²⁰

¹¹² Lähteenkorva & Pekkarinen 2004, 289.

¹¹³ Lähteenkorva & Pekkarinen 2004, 287, 289.

¹¹⁴ Hirn & Markkanen 1987, 290.

¹¹⁵ KA, SMLA, Ca:3, johtokunnan kokous 18.2.1926.

¹¹⁶ Hirn & Markkanen 1987, 279. Tutkimustulokseen, että matkakohde valittiin tuttavien suositusten perusteella, viittasi myös matkamuistoesinetoimikunta mietinnössään. *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 13.

¹¹⁷ Sandberg 1943, 50.

¹¹⁸ Hirn & Markkanen 1987, 209.

¹¹⁹ Lähteenkorva & Pekkarinen 2004, 13–14.

¹²⁰ Hirn & Markkanen 1987, 290–291; Lähteenkorva & Pekkarinen 2004, 236–240.

Järjestelmällistä yhteistyötä matkailupropagandaa harjoittaneiden tahojen kesken ei onnistuttu luomaan ja valtion oma organisaatio vakiintui vasta 1930-luvun lopulla. Propagandan järjestäytymättömyys osaltaan lisäsi Suomen-Matkojen ja Matkailijayhdistyksen painoarvoa, sillä nämä järjestöt olivat ne, jotka pääasiassa suunnittelivat mainoslehtiset, valokuvat, elokuvat ja julisteet, jotka levisivät maailmalle matkailupropagandana ennen valtion järjestämän maapropagandan alkua. Näiden yhdistysten edustajat kokivatkin tehneensä isoimman työn propagandan luomisessa. Järjestöjen mielestä ulkoministeriö ei ollut tehnyt aktiivista matkailupropagandaa ulkomailla, vaan se oli vain täyttänyt ne pyynnöt, joita sille oli esitetty.¹²¹

Sen lisäksi, että Suomea koskevaa tietoa levitettiin maailmalle, tuli myös miettiä, millaista tietoa välitettiin ja mitä sillä oli tarkoitus saavuttaa. Propagandan tarkoitus oli välittää positiivisia mielikuvia Suomesta ja korjata virheellisinä pidettyjä käsityksiä. Yksi keskeisin asia oli hälventää käsitys suomalaisista itäeurooppalaisina ja välittää sen sijaan mielikuva Suomesta sivistyneenä länsimaisena kulttuurivaltiona.¹²² Ulkoministeriön sanomalehtiosasto halusi poistaa kuvan Suomesta idän ja lännen välisenä alkeellisena rajamaana, joka oli saanut sivistyksensä Ruotsista ja Venäjältä. Siksi tuli korostaa Suomen erityisyyttä. Tähän uskottiin päästävän esittelemällä nuori Suomen valtio taloudellisesti luotettavana, edistysuskoisena ja uudistumiskykyisenä maana, joka ylläpiti vallitsevan yhteiskunta- ja valtiojärjestelmän.¹²³ Suomi tuli mielikuvissa liittää läntiseen Eurooppaan.

Ajan näkemyksen mukaan Suomen maine luotettavana, eteenpäinpyrkivänä ja esimerkillisenä sivistysmaana oli omiaan vahvistamaan maan suosiota myös matkailumaana.¹²⁴ Matkailupiireissä korostettiin matkailupropagandan ja matkailun edistämisen merkitystä maakuvan rakentamisessa. Matkailun taloudellinen vaikutus oli tärkeä, mutta vielä tärkeämpänä pidettiin sen aatteellista puolta ja hyötyä maapropagandan osana.¹²⁵ Vaikka matkailulla oli kansallisvaltion etuihin linkittynyt ideologiansa, oli matkailun etuna se, että se miellettiin poliittisista jännitteistä vapaaksi.¹²⁶

Matkailu valjastettiin Suomen maakuvan luonnin osaksi. Propagandan tärkein tehtävä oli osoittaa, että Suomi oli itsenäinen, poliittinen ja pysyvä toimija, jolla oli omat kansalliset symbolinsa. Siksi oli näytettävä, että Suomi oli muista kansakunnista erottuva kokonaisuutensa,

¹²¹ KA, SMLA, He:437, Valtion matkailukomitea 1935–1936, 108.

¹²² Hirn & Markkanen 1987, 214; Lähteenkorva & Pekkarinen 2004, 288, 383.

¹²³ Lähteenkorva & Pekkarinen 2004, 288.

¹²⁴ Sandberg 1943, 17.

¹²⁵ KA, SMLA, He:437, Ehdotus Suomen-Matkojen lausunnoksi matkailukomitean mietinnöstä; Sandberg 1945, 10.

¹²⁶ Hirn & Markkanen 1987, 214, Jokela 2010, 12.

jolla oli oma kulttuurinsa. Tätä mielikuvaa vahvistivat matkailu ja sitä varten tuotetut julkaisut, valokuvat ja elokuvat. Propagandan tuli kertoa suomalaisten kansallisista symboleista, jotka olemassaolollaan osoittivat, että Suomella oli itsenäisenä valtiona mahdollisuus oman identiteettinsä määrittelyyn. Symbolien tuli osoittaa suomalaisen kansan olemassaolo, sen historia ja luonne, ja siksi niitä etsittiinkin pitkälti kansankulttuurista ja maisemakohteista. Sekä maakuva että matkailun edistämistä varten tuotettu materiaali oli suurelta osin samaa, joten matkailumateriaalikin kertoo 1920- ja 1930-luvun nationalistisista ajatuksista ja niiden ilmentymistä.¹²⁷

Suomen esittäminen läntisenä kulttuurivaltiona alkoi heti itsenäistymisen jälkeen vuonna 1922, kun Suomen ensimmäinen propagandaelokuva, ulkoministeriön tilaama *Finlandia* valmistui. Elokuvassa esiteltiin suomalaista maaseutua ja luontoa, mutta myös modernia teollisuutta, teknologiaa ja talouselämää, jotka liittivät Suomen Euroopan kasvuun.¹²⁸ Maapropagandassa käytetyt valokuvat kertoivat suomalaista menestystarinaa ja näyttivät Suomen yhtenäisenä, dynaamisena ja tulevaisuudenuskoisena maana. Maakuva rakennettaessa sivuutettiin täysin sisällissodan ja kielikiistojen aiheuttamat jakolinjat suomalaisten kesken ja 1920- ja 1930-luvun poliittiset levottomuudet.¹²⁹ Halu esittää suomalaiset yhtenäisenä kansana käy ilmi ulkoministeriön ja matkailuyhdistysten negatiivisista reaktioista, jonka herättivät ruotsinkielisen rannikon ja Pohjanmaan mainosesitteet, joissa alueisiin viitattiin ruotsalaisena Suomena. Tämä ei sopinut virallisen propagandan tavoitteisiin kuvata suomalainen kulttuuri yhtenäisenä ja ainutlaatuisena.¹³⁰

1930-luvun matkailu- ja propagandatoimilla oli vaikutuksensa Suomen tilanteeseen. Börje Sandberg totesi vuonna 1943, että 1930-luvulla Suomi oli hyvää vauhtia tulossa kansainväliseen tietoisuuteen suomalaisten urheiluvoittojen, kulttuurisaavutusten, ulkomaankaupan nopean kasvun ja yhteiskunnallisten uudistusten myötä.¹³¹ Se, missä määrin Suomi todellisuudessa oli kansainvälisesti tunnettu 1930-luvulla ja kuinka paljon kyseessä oli näköharha, joka johtui esimerkiksi kotimaisen lehdistön innokkaasta kirjoittelusta aina, kun Suomi mainittiin maailmalla, on ollut keskustelun aiheena myöhemmin.¹³²

¹²⁷ Jokela 2010, 8.

¹²⁸ Lehtonen 2012, 247–248.

¹²⁹ Heikka 2017, 96.

¹³⁰ Ahlström-Taavitsainen & Enegren, & Londen & Palanterä & Simons & Westö 2007, 84; Lähteenkorva & Pekkarinen 2004, 247–250.

¹³¹ Sandberg 1943, 17.

¹³² Esim. Melgin 2014, 34.

Tilastojen perusteella voi todeta, että 1930-luvun loppua kohden Suomeen tuli matkailijoita yhä useammasta maasta.¹³³ Tämä kertoo, että maa nimeltä Suomi tunnettiin yhä useammassa maassa. Huvimatkojen lisääntyminen puolestaan oli merkki siitä, että Suomi kiinnosti entistä enemmän lomakohteena. Tehdyn maa- ja matkailupropagandan vaikutuksesta sotien välisenä aikana kansainvälinen suhtautuminen Suomeen oli erittäin positiivinen. Positiivinen käsitys näkyi Suomesta kirjoitetuissa matkakirjoissakin. Sauna, sisu, poro ja pulkka olivat olennaisia matkakertomusten käsitteitä, mutta niin olivat myös kuvaukset suomalaisen yhteiskunnan menestyksestä, aktiivisista naisista sekä nopeasta teollisesta kasvusta. Suomi oli 1930-luvulla edelleen matkailun kehitysaluetta Euroopan mittakaavassa, mutta kasvamassa vähitellen vakavasti otettavaksi ja luotettavaksi matkailumaaksi.¹³⁴

Kuten niin monesti aiemmin, myös vuosina 1935–1936 toiminut valtion matkailukomitea nosti Suomen valttikortiksi matkailumaana luonnon. Komitea totesi, että Suomi tuli esittää matkailijoille rauhallisena maana, josta löytyi koskematon luonto ja kansa. Siksi tänne tulleiden matkailijoiden ei haluttu tuntevan, että he olivat maalle välttämätön tulonlähde, vaan että he olivat poikenneet suurten turistimassojen reiteiltä ja löytäneet erikoisen helmen.¹³⁵ Suomi oli rauhallinen maa kaukana eteläisen ja keskisen Euroopan myrskyistä.

Matkailukomitean mietinnön perusteella huomaa, että matkailupropagandan tarkoituksena oli esittää Suomi ainutlaatuisena maana. Komitea ohjasi mainosjulkaisujen tekijöitä korostamaan juuri Suomelle ominaisia asioita ja varsinkin erikoispiirteitä sekä epätavallisia asioita.¹³⁶ Valokuvissa Suomi tuli näyttää houkuttelevana ja erikoislaatuisena, ja hyvän propagandaelokuvan oli ”- - pyrittävä kuvaamaan elämää kauniin luonnon ympäröimänä, sen on näytettävä suomalaiset arkiaskareissaan, mutta samalla osuvasti korostettava Suomen kansallista erikoislaatuisuutta.”¹³⁷ Käsityksenä oli selkeästi, että matkailijat tulivat Suomeen maan erikoisuuden ja ainutlaatuisuuden perässä.

Salla Jokela on väitöskirjassaan todennut, että turismia varten luotu kuvasto on heijastellut ja vaikuttanut ajatuksiin siitä, mitä suomalaisuus on.¹³⁸ Myös matkamuistoesineet tekivät samaa työtä, sillä niiden tuli olla suomalaisuutta kuvaavia esineitä, jotka kertoivat suomalaisuudesta niin Suomessa kuin maailmalla.

¹³³ Sandberg 1943, 57.

¹³⁴ Hirn & Markkanen 1987, 295–296, 317, 319.

¹³⁵ KA, SMLA, He:437, ”Suomen matkailutalouden organisoimisesta”.

¹³⁶ KA, SMLA, He:437, Valtion matkailukomitea 1935–1936, 129.

¹³⁷ KA, SMLA, He:437, Valtion matkailukomitea 1935–1936, 135, 138.

¹³⁸ Jokela 2014, 38.

Matkamuistoesinetoimikunnan toiminta liittyy osaksi tietoista Suomi-kuvan rakentamista. Komitea nosti koko olemassaolonsa ensisijaiseksi syyksi sen, että Suomessa matkailijoille myydyt matkamuistoesineet eivät edustaneet Suomea halutulla tavalla. Kuten valtion kotiteollisuuden ylitarkastaja Yrjö Laine Koristetaiteilijain liitto Ornamon edustajille totesi, matkamuistoesineistön kehittäminen oli ”- - kansallinen kulttuuritehtävä, jonka siirtämistä tuonnemmaksi ei voi enää ajatella.”¹³⁹ Suomen-Matkojen koollekutsumana matkamuistoesinetoimikunta toimi virallisen matkailu- ja maapropagandan osana suunnitellessaan matkamuistoesineiden tulevaisuutta. Toimikunnan ajatukset matkamuistojen edustamasta suomalaisuudesta noudattelevatkin pitkälti samoja linjoja, kuin matkailuyhdistysten ja ulkoministeriön maa- ja matkailupropaganda.

¹³⁹ ”Matkailumuistoesineet taiteellisen kontrollin alaisiksi.” *Helsingin Sanomat* 24.10.1937.

3. Matkamuistoesinetoimikunta ryhtyy ”kansalliseen kulttuuritehtävään”

3.1. Keskustelu matkamuistoesineistä alkaa

Matkamuistoja on maailmassa ollut niin kauan, kuin ihmiset ovat matkustaneet.¹⁴⁰ Suomen varhaisimpia suosittuja matkamuistoesineitä olivat Imatrankosken kivet, joita paikallinen vähävarainen väestö 1800-luvun lopulla kauppasi muun rihkaman ohella Imatrankoskella vierailleille matkailijoille. Kaupustelu matkailijoiden reitin varrella yritettiin lopettaa ja laadukkaampia matkamuistoja ryhdyttiin myymään Imatran valtionhotellissa.¹⁴¹

Suomenkielisen matkamuistoesine-termin muodostuminen vei oman aikansa. Vuonna 1903 Suomen Matkailijayhdistyksen vuosikirjassa puhuttiin vielä matkailijamuistoista ja mainittiin, että esineistä oli tullut jo niin tärkeä osa matkailijaelämää, että oli syytä ryhtyä miettimään esineitä myös taloudelliselta kannalta. Samalla valiteltiin, että tuotteita ei ollut myynnissä kuin Helsingissä ja Imatralla ja matkailijoiden toive löytää jotain ”omituisen suomalaista” ei toteutunut. Matkamuistoina voidaan pitää mitä tahansa, mitä matkailija matkaltaan muistoksi hankkii, mutta Matkailijayhdistyksen käsityksessä matkamuistot tarkoittivat pitkälti kotiteollisuus- ja käsityötuotteita. Yhdistys esitti toiveen, että matkustajien suosimilla paikoilla olisi ollut myynnissä esimerkiksi puukkoja, solkivöitä, tuohiteoksia, esiliinoja, nauhoja, pitsejä, muinaissuomalaisia solkia, neuloja Suomen vaakunalla ja muuta, mitä voi saada ainoastaan Suomesta.¹⁴² Matkamuiston oli tarkoitus kuvastaa jotain erityisen suomalaista.

Käsitys, että matkamuistoesineet tarkoittavat ensisijaisesti perinteisiä kotiteollisuustuotteita kantoi aina 1930-luvulle asti, jolloin kiinnostus matkamuistoesineitä kohtaan nousi samalla, kun kiinnostus matkailua ja sen tuomia ilmiöitä kohtaan kasvoi. Lehdistössä uutisoinnit Suomen matkailun mahdollisuuksista saivat entistä enemmän tilaa 1930-luvun aikana.¹⁴³ Sama muutos on huomattavissa myös matkamuistoesineisiin liittyvän kirjoittelun suhteen.

Kansalliskirjaston digitoituihin sanoma- ja aikakauslehti sekä pienpainate -aineistoihin ja Päivälehdien arkiston digiaineistoihin tekemiäni sanahakujen perusteella huomaa, että matkamuistoesineet nousivat 1930-luvulla keskustelun aiheeksi enemmän kuin minään edeltävänä vuosikymmenenä.¹⁴⁴ ”Matkamuisto”-sanaa käytettiin jo aiemminkin, mutta ei

¹⁴⁰ Swanson & Timothy 2012, 489.

¹⁴¹ Hirn & Markkanen 1987, 114–116.

¹⁴² Suomen matkailijayhdistyksen vuosikirja 1903, 75–76.

¹⁴³ Hirn & Markkanen 1987, 291.

¹⁴⁴ Olen tehnyt sanahaut aineistoon termeillä ”matkamuistoesine”, ”matkamuisto”, ”matkailijamuisto”, ”matkailuesine”, ”matkailumuistoesine” ja ”turistiesine”. Ensimmäinen aikarajaukseni piti sisällään kaikki kyseisten sanojen maininnat ennen vuotta 1945. Tein haut myös aikarajauksilla 1930–1939 ja 1930–1945, jotta

puhuttaessa esineistä, vaan lähinnä tarkoittaen muistoa matkalta. ”Matkamuistoesine” mainittiin muutaman kerran lehdissä 1910-luvulla, mutta kunnolla sitä ryhdyttiin käyttämään vasta 1930-luvun puolivälin paikkeilla, jolloin myös muoto ”matkailijamuisto” hävisi käytöstä. Toinen alkuaikoina esiintynyt termi oli ”turistiesine”, jonka varhaisin maininta digitoidussa aineistossa on vuodelta 1891. Tämä sana säilyy rinnakkaisena terminä matkamuistoesineelle, mutta sen käyttö oli vähäisempää kuin matkamuistoesineen tai matkamuiston.

Suurin osa matkamuistoihin liittyvistä maininnoista ennen vuotta 1946 on 1930-luvulta eli matkamuistoesineet todella nousivat tuolloin puheenaiheeksi.¹⁴⁵ 1940-luvun alkaessa maininnat matkamuistoista hävisivät lähes kokonaan. Tämä on ymmärrettävää, sillä talvi- ja jatkosodan aikana matkailua ei juurikaan harrastettu eikä siten ollut tarvetta keskustella matkamuistoistakaan samassa suhteessa kuin ennen sotia. Vertailuja seuraavien vuosikymmenten tilanteeseen aineiston perusteella ei voi tehdä, sillä Kansalliskirjaston digitoidun lehtiaineiston osuus 1940-luvun lopulta eteenpäin on huomattavasti pienempi kuin aiempien vuosikymmenten kohdalla.

”Matkamuisto”-sanan suurta määrää selittää se, että sitä käytettiin usein matkamuistoesinemainoksissa. ”Matkamuistoesine”-sanaa on puolestaan käytetty yleensä silloin, kun esineistä on kirjoitettu enemmän kuin vain mainoksen verran. ”Matkamuistoesineen” esiintymisen huippuvuodet olivat 1937–1938, jolloin sana mainittiin digitoidussa aineistossa 33–52 kertaa vuodessa. Vuodet ovat juuri samat, kuin jolloin Suomen-Matkojen matkamuistoesinekomitea perustettiin ja sen toiminta oli vilkkaimmillaan. Sanahaun tulosten perusteella näyttää siltä, että matkamuistoesinekomitean toiminta ajoittui aikaan, jolloin matkamuistoesineet herättivät poikkeuksellisen paljon mielenkiintoa. Komitea myös toiminnallaan lisäsi kirjoittelua matkamuistoista, sillä osa lehtien uutisista ja artikkeleista koski komiteaa ja osa on jopa komitean jäsenten itse kirjoittamia.

minulle selvisi 1930-luvun mainintojen osuus ja se, puhuttiinko esineistä vielä talvi- ja jatkosodan aikana. Kansalliskirjaston digiaineisto on varsin kattava tutkimukseni aikajaksolla. Päivälehdien arkiston aineistosta suoritin samanlaiset haut *Helsingin Sanomiin* ja *Ilta-Sanomiin*. Sanahakujen tuloksia tulkitessa on hyvä muistaa, että digiaineistossa on aukkoja ja hakukoneen tekstintunnistus ei ole täydellinen. Osa termien esiintymisistä aineistossa on siis saattanut jäädä tuloksista pois. Toisaalta osa maininnoista viittaa samoihin artikkeleihin ja uutisiin, joita on kierrätetty eri lehdissä.

¹⁴⁵ Kansalliskirjaston ja Päivälehdien arkiston vuoteen 1945 asti digitoidussa lehtimateriaalissa sana ”matkamuistoesine” esiintyy 214 kertaa, ”matkamuisto” 2067, ”matkailuesine” 247, ”matkailumuistoesine” 30 ja ”matkailijamuisto” 19 kertaa. Näistä maininnoista vuosien 1930–1939 välillä ”matkamuistoesine” on mainittu 150 kertaa, ”matkamuisto” 953, ”matkailuesine” 119, ”matkailumuistoesine” 25 ja ”matkailijamuisto” 10 kertaa. Vuosina 1940–1945 kukin sana mainitaan vain muutamia kertoja.

Hieman yllättäen matkamuistoesineistä eniten kirjoittanut lehti ei ollut Suomen Matkailijayhdistyksen kustantama *Suomen matkailu* -lehti¹⁴⁶, vaan kotiteollisuusalan järjestöjen vuonna 1935 perustama *Kotiteollisuus*. *Kotiteollisuus*-lehdessä ”matkamuistoesine” mainitaan artikkeleissa 64 kertaa, kun taas *Suomen matkailu* -lehdessä sanahaun tuloksena tulee vain 6 osumaa.

Kotiteollisuus syntyi vuonna 1936 silloisen Maataloushallituksen kotiteollisuustarkastajan, arkkitehti Yrjö Laineen¹⁴⁷ aloitteesta. Lehden toimituskuntaan kuuluivat Suomen Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliitto, Suomen Käsityönopettajain Liitto ja Käsityönopettajain yhdistys.¹⁴⁸ Lehti keskittyi kotiteollisuusalan kehittämiskohtien käsittelyyn. Ensimmäisessä numerossa kerrottiin, että lehdessä tultaisiin käsittelemään kotiteollisuuden myyntimahdollisuuksia kotimaassa, tuotteiden vientiä ulkomaille sekä kotiteollisuustuotteiden näyttelytoimintaa. Samassa tekstissä nostetaan esiin myös se, että kansanomaisilla kotimaisilla kotiteollisuustuotteilla oli erityisen suuri arvo matkailuesineiden myynnissä.¹⁴⁹ Kotiteollisuustuotteiden mahdollisuudet matkamuistoesineinä nostettiin esiin lehden heti ensimmäisestä numerosta lähtien. Lehden tekijöille näytti jo olevan selvää muun muassa Pekka Korvenmaan myöhemmin toteama asia, että kotiteollisuustuotteet, jotka ennen olivat olleet kotien käyttöesineitä, olivat yhteiskunnan muutosten myötä muuttumassa matkailijoille tarkoitetuiksi matkamuistoiksi.¹⁵⁰

3.2. Hiipuva kotiteollisuus etsii uusia uria

Kotiteollisuus oli maaseudulla tapahtuvaa omaan käyttöön tai ansiotyönä tehtyä käsityötä. Se jaettiin omatarve- ja ansiokotiteollisuuteen sen mukaisesti, oliko tuotteita tarkoitus valmistaa myytäväksi. Omatarvekotiteollisuuden merkitys heikkeni 1860-luvulta lähtien teollistumisen ja kaupungistumisten myötä, mutta samaan aikaan nälkävuosien vaikutuksesta ansiokotiteollisuuden merkitys maatalouden lisäelinkeinona kasvoi. Kotiteollisuuden tuotteiden tuli olla käsityötaidoiltaan arvokkaita ja perinteisiä, sillä kotiteollisuuden tehtävänä

¹⁴⁶ Matkailijayhdistys alkoi julkaista *Suomen matkailua* vuonna 1936 ja luopui samalla yhdistyksen vuosikirjojen julkaisemisesta.

¹⁴⁷ Vuonna 1955 Laine vaihtoi sukunimekseen Laine-Juva. Ylönen 2003, 102.

¹⁴⁸ Ylönen 2003, 155.

¹⁴⁹ ”Kotiteollisuus. Kotoisen kätevyuden ja yritteliäisyyden edistäjä.” *Kotiteollisuus* 1–2/1936, 3.

¹⁵⁰ Korvenmaa 2009, 88–89.

pidettiin kansanomaisen käsityötaidon säilyttämistä ja sen vaalimista.¹⁵¹ Työtä tekivät sekä miehet että naiset, mutta ala oli jaettu erikseen mies- ja naiskotiteollisuuteen raaka-aineen ja työtapojen perusteella.

Kotiteollisuus oli yleensä tekijöilleen sivuelinkeino, jota tehtiin muun maataloustyön ohessa. Kotiteollisuus tapahtui nimenomaan maaseudulla, sillä kaupungeissa kiltalaitoksen perintönä oli vain ammattikuntasäädöksiä alaisena toimivia ammattikäsityöläisiä. 1930-luvulla voimassa olleen määritelmän mukaan kotiteollisuustyöntekijät eivät olleet ammattikäsityöläisiä, vaan kotiteollisuus tapahtui kotioloissa ainoastaan kotiväkeä apuna käyttäen ja se jäi työlainsäädännön ulkopuolelle. Ongelmia määritelmään aiheutti ansiokotiteollisuus, joka saattoi työllistää perheen ulkopuolisia henkilöitä, ja koneiden lisääntyvä käyttö työn apuvoimana.¹⁵² Maaseudun ja kaupunkien käsityöläiset olivat 1940-luvun alkuun asti erotettu valtionhallinnossakin: kotiteollisuus oli maatalouselinkeinon kuuluvana sivuelinkeinona Maataloushallituksen¹⁵³, ja kaupunkien ammattikäsityö kauppa- ja teollisuusministeriön alainen.¹⁵⁴ Enemmistö kotiteollisuusalan järjestöistä ja Maataloushallituksen kotiteollisuusosasto näkivät kotiteollisuuden kehityksen esteenä sen, että sitä valtion puolelta kohdeltiin vain maatalouden sivuelinkeinona, eikä alalle annettu mahdollisuuksia kehittyä itsenäiseksi ansiotyöksi.¹⁵⁵

1920- ja 1930-luvulla Suomen maaseudulla siirryttiin entistä enemmän pois omavaraisuudesta ja samalla ansiokotiteollisuuden suosio kääntyi laskuun, kun tuotantoa siirtyi verstaasiin ja tehtaasiin.¹⁵⁶ Laskuun vaikutti myös se, että maatalouden tuotto kasvoi ja valtion tuki maataloudelle nosti elintasoja myös pientiloilla ja maaseudun köyhimpien keskuudessa, joille ansiokotiteollisuus oli ennen ollut tärkeä sivuelinkeino. Samalla teollisuus ja palveluelinkeinot tarjosivat työpaikkoja, mitkä työllistivät erityisesti maaseudun tilattomien perheiden nuoria,

¹⁵¹ Suomen käsityön museo, muotoilusanasto-verkkoaineisto, Suomen käsityön museon [www-sivu, http://www.avoinmuseo.fi/craftmuseum/muotoilusanat/sana.php?sana=kotiteollisuus_kasiteollisuus](http://www.avoinmuseo.fi/craftmuseum/muotoilusanat/sana.php?sana=kotiteollisuus_kasiteollisuus). (viitattu 17.2.2019).

¹⁵² Kotiteollisuuskomitea 1946, 4, 6–7. Kotiteollisuus ei terminä tai elinkeinona ole enää juurikaan käytössä Suomessa. Termin on nykyisin korvannut käsiteollisuus ja käsityö. 1930-luvulla käsityö, käsiteollisuus ja kotiteollisuus eivät kuitenkaan olleet toistensa synonyymeja, vaan tarkoittivat erilaisia käsin harjoitettuja ammatteja ja elinkeinoja. Koneiden yleistymisen ja elinkeinorakenteen muutokset johtivat ammattien ja elinkeinojen yhtenäistymiseen, minkä takia koti- ja käsiteollisuuden määrittelyjä käytiin uudistamaan 1930-luvulla. Työ saatiin kuitenkin valmiiksi vasta 1940-luvulla. Kotiteollisuuskomitea 1946, 4–10.

¹⁵³ Maataloushallitus oli valtionhallinnon alainen keskusvirasto, joka huolehti maaseutuelinkeinojen kehittamisestä. Sen kotiteollisuusosasto valvoi mm. kotiteollisuuskoulujen toimintaa.

¹⁵⁴ Ylönen 2003, 123; Suomen käsityön museo, muotoilusanasto-verkkoaineisto, Suomen käsityön museon [www-sivu, http://www.avoinmuseo.fi/craftmuseum/muotoilusanat/sana.php?sana=kotiteollisuus_kasiteollisuus](http://www.avoinmuseo.fi/craftmuseum/muotoilusanat/sana.php?sana=kotiteollisuus_kasiteollisuus). (viitattu 17.2.2019).

¹⁵⁵ Ylönen 2003, 120, 122.

¹⁵⁶ Stenfors 2007, 193,195; Virrankoski 1994, 648–649.

joita perinteinen kotiteollisuus ei enää houkutellut. Erityisesti miehille tuli muita keinoja ansaita elantonsa, minkä takia miesten kotiteollisuusalojen suosio väheni. Naisten kotiteollisuus jopa kasvoi paikoitellen, sillä ostolankojen tulo markkinoille vähensi kankaiden työstämiseen vaadittuja työvaiheita. Tehdastuotanto kuitenkin vähensi tuotteiden kysyntää ja kilpailusta johtunut hintojen aleneminen alensi tuotteista saatua voittoa.¹⁵⁷ Tehdastyö houkutteli myös tekijöitä vakaammilla tuloillaan.¹⁵⁸ Muutokset yhdessä johtivat siihen, ettei kotiteollisuus elinkeinona enää houkutellut tekijöitä kuten ennen.

Kotiteollisuuden rooli kansanperinteen säilyttäjänä herätti paljon keskustelua kotiteollisuuden toimijoiden keskuudessa 1900-luvun alkupuoliskolla, kun suomalainen yhteiskunta koki suuria muutoksia. Muutosten takia perinteisen talonpoikaisen kulttuurin ja sen käsityöperinteen pelättiin olevan katoamassa. Pelkoa herätti erityisesti se, että kotiteollisuuden ja käsityön vanhat työtavat ja -mallit unohtuisivat eikä vanhaa työtä kunnioitettaisi sekä se, että töihin otettaisiin liiaksi vieraita ulkomaisia vaikutteita oman perinteen kustannuksella.¹⁵⁹

Toisen maailmansodan aika toi mukanaan kotiteollisuuden viimeisen kasvun ajan ja sodan jälkeen sen nähtiin olevan mahdollinen ansiolähde esimerkiksi sotainvalideille.¹⁶⁰ 1930- ja 40-luku olivat kuitenkin viimeisiä vuosikymmeniä, jolloin perinteinen ansiokotiteollisuus oli vielä varteenotettava tuotannonala. 1930-luvulla ansiokotiteollisuus saattoi vielä paikallisesti olla merkittävä elinkeino erityisesti maaseudun pienituloisimmille, mutta koko kansantalouden kannalta sen merkitys oli enää marginaalinen.¹⁶¹

Yrityksiä ansiokotiteollisuuden kehittämiseksi silti tehtiin. Ansiokotiteollisuuden edistämisestä kiinnostuneet toimijat, kuten matkamuistoesinetoimikunnassakin edustajallaan mukana ollut Kotiteollisuusliitto, etsivät tuotteille uusia markkinoita. Yhtenä tällaisena näyttäytyi mahdollisuus myydä tuotteita matkamuistoesineinä. Kasvaneet turistivirrat kasvattivat kotiteollisuustuotteiden myyntiä nopeasti. Esimerkiksi kesällä 1934 tavaratalo Stockmannilla myytiin kotiteollisuustuotteita kaksi kertaa niin paljon kuin edellisenä vuonna, ja Helsingissä toiminut kotiteollisuustuotteiden suurin myyntiliike Pirtti oli lähes kaksinkertaistanut myyntinsä vuoden aikana. Pääosa myynnin kasvusta johtui matkailijamäärien kasvusta.¹⁶²

¹⁵⁷ Virrankoski 1994, 659, 662, 677, 680.

¹⁵⁸ Virrankoski 1994, 682.

¹⁵⁹ Ylönen 2003, 108.

¹⁶⁰ Ylönen 2003, 140–141. Sotainvalidien työmahdollisuuksiin viittaa myös matkamuistoesinekomitea. *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 12.

¹⁶¹ Virrankoski 1994, 13, 685.

¹⁶² ”Kotiteollisuustuotteemme turistien erikoisessa suosiossa.” *Ilta-Sanomat* 22.8.1934.

Myynnin edistämisen lisäksi haluttiin kohottaa matkamuistoina myytyjen esineiden laatua. Sekä ansiokotiteollisuuden myynnin edistämiseen keskittynyt Suomen Kotiteollisuusliitto, että ansiokotiteollisuuden tuotteita myynyt Kotiteollisuus Oy Pirtti kiinnittivät asiaan huomiota jo 1930-luvun alussa, kun liitot järjestivät kumpikin omat matkamuistoesinekilpailunsa vuonna 1930. Kilpailujen tarkoituksena oli kohottaa matkailuesineiden valmistustasoa.¹⁶³ Kummankaan järjestetyn kisan tuloksista ei ole tietoa, mutta kisat kertovat olemassaolollaan, että kiinnostusta matkamuistoesineiden kehittämiseen oli jo heti 1930-luvun alussa, kun matkailun kasvu alkoi kiihtyä.¹⁶⁴

1930-luvulla matkailun kansantaloudellinen merkitys nousi esiin Suomessakin. Myös matkamuistojen taloudellinen merkitys kasvoi. Siitä, kuinka paljon rahaa matkailijat todella käyttivät matkamuistoihin ei ollut tilastoja vielä 1930-luvulla, mutta vertaamalla Suomen tilannetta Norjaan – missä matkamuistoesineiden ostomääriä oli jo tilastoitu – päästiin tulokseen, jonka mukaan Suomessa vierailleet turistit käyttivät vuonna 1938 Suomen matkoillaan matkamuistoihin noin 100–200 markkaa per henkilö. Matkamuistoesineiden arvo kotiteollisuudelle olisi ollut noin 25–45 miljoonaa markkaa.¹⁶⁵ Näin ollen matkamuistojen valmistuksen osuus oli noin 2,5 prosenttia kotiteollisuuden 1,5 miljardin markan kokonaistuotosta. Valtavan suuresta ansiokotiteollisuuden osa-alueesta ei siis ollut kyse, mutta matkamuistojen myynti oli kuitenkin kasvussa, toisin kuin kotiteollisuustuotteiden myynti yleisesti.

Vaikka matkamuistoihin käytetyt rahasummat ja matkailijoiden maahan jättämät tulot ylipäättään kasvoivat, käytetty rahamäärä kävijää kohden oli laskussa. Syynä tähän oli matkailun demokratisoituminen, jonka takia Suomeen saapuneet matkailijat eivät enää olleet yhtä varakkaita kuin aiemmin. Suomeen tuli edelleen eniten kohtalaisen varakasta keskiluokkaa, jonka arvioitiin jättävän maahan suhteellisen paljon rahaa, mutta tilastollisesti eniten kasvoi pienituloisten ryhmän osuus.¹⁶⁶ Samaan aikaan muun muassa varakkaiden yhdysvaltalaisien matkailijoiden suhteellinen osuus pieneni ja suuren ryhmän muodostaneiden saksalaisten ostokyky heikkeni, sillä Saksan valtio rajoitti ulkomaille vietävän valuutan määrää

¹⁶³ ”Kilpailu visakoivusta valmistettavien matkailijamuistojentekijöille.” *Käsiteollisuus* 3/1930, 53;

”Matkailupropaganda. Pirtti julistanut matkailuesinevalmistuksessa kilpailun.” *Ilta-lehti* 23.4.1930. Sama tiedote julkaistiin myös kuudessa muussa lehdessä seuraavana päivänä 24.4.

¹⁶⁴ Käsittelen kyseisiä kilpailuja tarkemmin luvussa 4.

¹⁶⁵ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 10.

¹⁶⁶ Hirn & Markkanen 1987, 304; Sandberg 1943, 80.

ja halvat ryhmämatkat Saksasta Suomeen lisääntyivät. Kaikki nämä yhdessä vaikuttivat siihen, että halvemman ja pienemmän tavaran menekki kasvoi.¹⁶⁷

Ansiokotiteollisuuden toimijat pelkäsivät, että halpojen tuotteiden kysyntä johtaisi siihen, että markkinoille tulisi yhä enemmän huonosti tehtyä rihkamaa, joka ei ollut Suomea hyvin edustavaa, eikä välttämättä edes Suomessa valmistettua, ja jota myisivät kaupat, jotka tavoittelivat vain voittoa vailla tuntemusta kotiteollisuudesta.¹⁶⁸ Heikkolaatuisia esineitä oli markkinoille päätynyt jo niin paljon, ettei enää uskottu saatavan niitä kokonaan pois. Helsingin sanottiin olevan ”- - oikein ulkolaisen rihkamateollisuuden kaatopaikka - - huiputusten Helsinki”.¹⁶⁹ Matkamuuistoesineiden kysynnän kasvun myötä turistiesineitä myyneiden kauppojen määrä Helsingissä oli noussut muutamassa vuodessa 1930-luvun alussa muutamasta liikkeestä 65:een ja vuonna 1938 luku oli arvioiden mukaan jo yli sata.¹⁷⁰ Pelko rihkaman valtaamista markkinoista saattoi siis olla aiheellinen. Huoli huonosti tehtyjen tuotteiden välittämästä epäedullisesta maakuvasta ei ollut vain kotiteollisuusalan oma, vaan aiheesta keskusteltiin laajemminkin 1930-luvun lehdistössä.¹⁷¹

Matkailun demokratisoitumisen vaikutus näkyi matkamuuistoihin käytetyn rahasumman lisäksi siinä, millaisia esineitä matkailijat ostivat. Ajan tutkimuksissa oli huomattu, että eri taustoista tulevien matkailijoiden ostokäyttäytymisessä oli eroja. Kokeneemmat ja ”sivistyneemmät” matkailijat ostivat enemmän laatu- ja käyttötuotteita, jotka edustivat maan perinteistä käsityötä.¹⁷² Ensi kertaa matkustavat ostivat useammin halvempia, muodissa olevia tuotteita.¹⁷³ Esimerkiksi Kotiliedessä ilmestyneessä artikkelissa Yrjö Laine nosti esiin matkailijoiden muutoksen mukanaan tuoman ongelman:

Pikamatkojen tekijäin – etenkin ensikertalaisten – matkamuuistoesineiden hankinta eroaa suuresti siitä harkitusta ja asiantuntevasti suoritetusta valinnasta, joka on ominaista kokeneille turisteille. - - Kokematon ensikertalainen tuo tullessaan kokoelman ns. turistirihkamaa, minkä keräämisessä on hyvin vähän

¹⁶⁷ *Suomalaiset matkamuuistoesineet* 1945, 16, 18, 55; Sandberg 1943, 52.

¹⁶⁸ *Suomalaiset matkamuuistoesineet* 1945, 55.

¹⁶⁹ Ojala, Konrad ”’Muisto Suomesta’ eli ’Finnish Home Handicrafts’ – ’Matkamuuistoja’ – ’Turistutställning’ – ’Touristarticles’ – ’Reiseerinnerungen’ – ’Souvenirs de Finland’” *Ilta-Sanomat* 8.8.1932.

¹⁷⁰ ”Kotiteollisuustuotteemme turistien erikoisessa suosiossa.” *Ilta-Sanomat* 22.8.1934; *Suomalaiset matkamuuistoesineet* 1945, 60.

¹⁷¹ Edellä viitattujen artikkelien lisäksi asiasta kirjoitettiin esimerkiksi seuraavissa lehdissä: ”Kotilieden edustaja käy matkailumessuilla: Matkustajan koti” *Kotiliesi* 18/1936, 38; Karttunen, Laila, ”On kaunista muualla – mutta onpa meillä itsellämmeikin...” *Hopeapeili* 1/1938, 20; ”Matkamuuistoesineet.” *Seura* 31/1939, 30; ”Matkamuuistoesineet ja retkeilyvälineet.” *Helsingin Sanomat* 9.8.1938.

¹⁷² Laine, Yrjö ”Matkamuuistoineita ja retkeilyvarusteita.” *Kotiteollisuus* 8/1938, 109; *Suomalaiset matkamuuistoesineet* 1945, 55.

¹⁷³ *Suomalaiset matkamuuistoesineet* 1945, 55, 60. Samansuuntaiset tutkimustulokset on huomattu myös myöhemmin matkailijoiden ostokäyttäytymistä tutkittaessa, kuten luvussa 1.3 käsittelin.

*syvennytty siihen kysymykseen, mikä on tavaran todellinen arvo muistona siitä maasta, josta ne tuliaisiksi tuodaan.*¹⁷⁴

1930-luvun lopulla toimineen matkamuistoesinekomitean ajatuksena oli keskittämällä ja valvomalla esineiden valmistusta ja myyntiä ohjata ostajien ostokäyttäytymistä laadukkaampien esineiden pariin. Matkamuistoesineiden laadun parantaminen nousi vuosikymmenen lopulla yhä akuutimmaksi tehtäväksi, sillä vuodeksi 1940 suunniteltujen olympialaisten myötä turistien ja heidän Suomessa ostamien matkamuistoesineiden määrien odotettiin kasvavan ennennäkemättömän suuriksi. Olympialaiset nähtiin ensisijaisesti keinona tehdä Suomi tunnetuksi maailmalla ja tarkoitus oli esittää Suomi mahdollisimman edullisessa valossa.¹⁷⁵ Positiivisen kuvan tuli ulottua aina matkamuistoihin asti, joiden tuli antaa arvokas kuva Suomesta. Siksi matkamuistoesinealalla esiintyneisiin epäkohtiin tuli puuttua ennen olympialaisia, jotta tapahtuman aikaan Suomessa olisi myyty vain laadukkaita tuotteita eikä ensimmäistä kertaa matkustavien mukaan helposti lähtenyt halpaa rihkamaa.¹⁷⁶ Yrjö Laine totesi Kotiteollisuus-lehdessä elokuussa 1938:

*Tänä ajankohtana meillä on syytä kiirehtiä niitä toimenpiteitä, joita kotiteollisuuskomitea ja matkailujärjestöjen asettama matkamuistoesinekomitea epäkohtain korjaamiseksi ovat suunnitelleet, sillä lähestyvät olympialaiset tuovat maahamme ennennäkemättömän matkailijatulvan ja – mikä tässä on erikoisesti huomioitava – pääasiallisimmin matkailijoita, joilla ei ole ammattituristien kykyä seuloa matkamuistoesineiden joukosta parasta, vaan joka ostaa sitä, mitä hänelle tarjotaan. Ei ole maamme arvon vuoksi silloin yhdentekevää, mitä näille matkailijoille täällä myydään.*¹⁷⁷

Matkamuistoesineet nousivat keskusteluun erityisesti niiden valmistukseen ja myyntiin liittyneiden epäkohtien takia. Matkailijamäärien kasvun aiheuttama lisääntynyt kysyntä aiheutti lieveilmiönä sen, että markkinoille tuli yhä huonolaatuisempia tuotteita, joita myytiin suomalaisena käsityönä, vaikka kyseiset tuotteet eivät välttämättä edes olleet Suomessa valmistettuja. Huolenaiheeksi nousi, että näiden maata huonosti edustavien esineiden kautta maailmalle leviäisi samalla epäedullinen käsitys Suomesta. Samaan aikaan Suomen kotiteollisuus oli vaikeassa tilanteessa teollisuuden syödessä enenevissä määrin sen markkinoita. Siksi kotiteollisuustuotteille yritettiin etsiä uusia markkinoita ja tässä matkamuistoesineiden kasvava myynti tarjosi mahdollisuuden.

¹⁷⁴ Laine, Yrjö, ”Mitä meiltä viedään tuliaisiksi” *Kotiliesi* 12/1937, 494, 505.

¹⁷⁵ Ahtola & Koivunen & Korpela & Kostiainen & Syrjämaa 2004, 192.

¹⁷⁶ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 60-61; Laine, Yrjö ”Matkamuistoesineitä ja retkeilyvarusteita.” *Kotiteollisuus* 8/1938, 105; ”Matkamuistoesineet.” *Seura* 31/1939, 30.

¹⁷⁷ Laine, Yrjö ”Matkamuistoesineitä ja retkeilyvarusteita.” *Kotiteollisuus* 8/1938, 105.

3.3. Matkamuistoesine-toimikunta perustetaan

*Matkamuistoesineiden tuotannosta ja kaupasta on maamme matkailijaliikenteessä viime vuosikymmenen aikana tapahtuneen nopean kasvun mukana kehittynyt tekijä, jonka vaikutus ulottui monin tavoin taloudelliselle, yhteiskunnalliselle ja kulttuuripropagandan alalle sekä matkailun että kotiteollisuuden piirissä ja joka ansaitsee näiden piirien vakavan huomion.*¹⁷⁸

Vuonna 1933 silloinen Maataloushallituksen kotiteollisuuden ylitarkastaja Lauri Kuoppamäki nosti Suomen Matkailijayhdistyksen vuosikokouksessa puheenaiheeksi suomalaisten matkamuistoesineiden tilan.¹⁷⁹ Vaikka Matkailijayhdistyksen pääjohtaja Jalmar Castrén oli Kuoppamäen puheenvuorolle myötämielinen, keskustelu aiheesta ei kotiteollisuus- ja matkailupiirien välillä kuitenkaan tässä vaiheessa vielä alkanut, vaan aiheeseen tartuttiin vasta vuosikymmenen lopulla.

Kotiteollisuuden muutoksia ja tulevaisuutta kartoittamaan asetettiin vuonna 1936 valtion kotiteollisuuskomitea.¹⁸⁰ Tässä komiteassa kotiteollisuustuotteiden kasvava kysyntä matkamuistoina herätti kiinnostusta ja komitea valmistelikin vuonna 1937 omaa esitystään matkamuistoesinekaupan järjestämisestä.¹⁸¹ Kotiteollisuuspiireistä ajatus levisi matkailijajärjestöihin, kun ylitarkastajana Kuoppamäkeä seurannut, valtion kotiteollisuuskomitean puheenjohtaja, Yrjö Laine piti Suomen-Matkojen vuoden 1937 vuosikokouksessa puheen otsikolla ”Kotiteollisuustuotteet ja matkailu”.¹⁸² Myös Suomen-Matkoissa oli huolestuttu siitä, että Suomessa ei ollut myynnissä sopivia ja kyllin arvokkaasti maata edustavia matkamuistoesineitä.¹⁸³ Ilmeisesti tästä syystä Suomen-Matkojen johtokunta oli antanut liiton toimitusjohtajalle Börje Sandbergille tehtäväksi sopia Laineen kanssa, että Laine pitäisi vuosikokouksessa esitelmän kyseisestä aiheesta.¹⁸⁴ Laineen lisäksi vuosikokoukseen kutsuttiin osallistumaan myös Suomen Koti- ja Pienteollisuuden Vientiliiton

¹⁷⁸ Suomalaiset matkamuistoesineet 1945, 9.

¹⁷⁹ KA, SMLA, Dc:109, Suomen Matkailijayhdistyksen vuosikirjan 1933 liite, 13. Vuosikokouksen pöytäkirja on säilynyt vain tässä vuosikirjan liiteosiossa.

¹⁸⁰ Virrankoski 1994, 680. Kotiteollisuuskomitean puheenjohtajana toimi Yrjö Laine ja jäseninä olivat Kotiteollisuusliiton ja Kotikäsityö Oy Tellervon johtaja Alma Koskinen, Pienviljelijäin Keskusliiton järjestökonsulentti Ilmari Neronen, Jyväskylän seminaarin harjoituskoulun yliopettaja J. K. Jussila ja maanviljelijä, kansanedustaja J. Emil Lampinen. Sihteerinä toimi agronomi K. M. Soininen. Kotiteollisuuskomitea 1946, 1.

¹⁸¹ Laine, Yrjö, ”Kotiteollisuus ja matkailu”, *Kotiteollisuus* 4/1937, 48.

¹⁸² KA, SMLA Hd:428, Suomen-Matkojen vuosikokouksen pöytäkirja 23.3.1937. Laineen puhe aiheutti kokouksessa keskustelua, johon osallistuivat Rautatiehallituksen ja Suomen matkailijayhdistyksen edustajana paikalla ollut Jalmar Castrén, Aero Oy:n edustaja kauppaneuvos S.A. Harima, Lahden kaupunginjohtaja Paavo Säippä, Tornion kaupunginjohtaja Erkki Mantere, lähetystöneuvos Eino Westerlund sekä Börje Sandberg ja Kauno Rintakoski. Yrjö Laineen vuosikokouksessa pitämä puhe ei ole säilynyt, vaikka sen kokouksen pöytäkirjan mukaan olisi pitänyt olla pöytäkirjan liitteenä.

¹⁸³ SKMA, YLJK, C. Matkamuistoesine-toimikunnan kokous 7.2.1938.

¹⁸⁴ KA, Hd:428, Suomen-Matkojen johtokunnan pöytäkirja 24.2.1937.

asiamies Kauno Rintakoski sekä Valtion kotiteollisuuskomitean sihteeri K. M. Soininen.¹⁸⁵ Ansiokotiteollisuuden edustajat olivat siis hyvin edustettuina paikalla, kun puhe matkamuistojen kehittämisestä käynnistyi Suomen-Matkoissa. Laineen esitelmä toimi inspiraationa, jonka myötä vuosikokouksen jälkeen liiton johtokunta päätti omassa kokouksessaan matkamuistoesinetoimikunnan perustamisesta.¹⁸⁶

Toimikunta aloitti toimintansa 1938. Toinen maailmansota venytti toimikunnan tulosten julkaisua niin, että sen loppuraportti, *Suomalaiset matkamuistoesineet*, saatiin julkaistua vasta vuonna 1945. Toimikunnan tavoitteena oli selvittää, millaisia vaikutuksia matkailun nopealla kasvulla oli matkamuistoesinealalle.¹⁸⁷ Toimensa aikana komitea selvitti matkamuistoesineiden taloudellista ja matkailullista merkitystä, lajivalikoimaa, laatua ja sen kohottamista sekä myynnin tukku- ja vähittäiskaupan järjestämistä.¹⁸⁸

Suomen-Matkat kutsui toimikuntaan mukaan Valtion Kotiteollisuustoimiston, Suomen Kotiteollisuusliiton, Suomen Koti- ja Pienteollisuuden Vientiliiton sekä Suomen Matkailijayhdistyksen.¹⁸⁹ Kustakin näistä järjestöstä tuli toimikuntaan yksi jäsen eli kaiken kaikkiaan komiteassa oli viisi henkilöä. Komiteaan kuului jo edellä mainitun Yrjö Laineen lisäksi Suomen Kotiteollisuusliiton johtaja Alma Koskinen, Suomen Koti- ja Pienteollisuuden Vientiliiton asiamies Kauno Rintakoski, Suomen Matkailijayhdistyksen johtokunnan jäsen Yrjö Sadeniemi sekä toimikunnan koolle kutsuneen Suomen-Matkojen edustajana kyseisen liiton toimitusjohtaja Börje Sandberg. Koti- ja Pienteollisuuden Vientiliiton edustajan Kauno Rintakosken muutettua Suomesta pois nimitettiin hänen tilalleen komiteaan toimitusjohtaja Gösta Kiander. Kiander edusti kotiteollisuustuotteiden ulkomaan vientiä hoitamaan perustettua Ke-Ko Oy:ta. Rintakosken suorittamia sihteerin tehtäviä tuli puolestaan hoitamaan Suomen-Matkojen toimistopäällikkö Niilo Honkala.¹⁹⁰

Kuten kokoonpanosta huomataan, komiteassa oli edustettuna matkailuyhdistysten lisäksi vain kotiteollisuuden edustajia. Kotiteollisuusalan toimijoistakin mukana olivat vain ansiokotiteollisuuteen keskittyneet tahot eli ne, joille kotiteollisuustuotteiden kaupan järjestely

¹⁸⁵ KA, Hd:428, Suomen-Matkojen vuosikokouksen pöytäkirja 23.3.1937.

¹⁸⁶ KA, SMLA, Hd:428, Suomen-Matkojen johtokunnan pöytäkirja 10.8.1937. Matkamuistoesinekomitean perustamisesta päätettäessä paikalla olivat johtokunnan puheenjohtaja, vuorineuvos Yrjö Pulkkinen, vakinainen jäsen ja Suomen Matkailijayhdistyksen pääsihteeri Wolter Stenbäck sekä varajäsenet, herra Neumann, Eino Westerlund ja Börje Sandberg.

¹⁸⁷ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 9.

¹⁸⁸ KA, SMLA, Hd:428, Suomen-Matkojen toimintakertomus 1945, 3.

¹⁸⁹ KA, SMLA, Hd:428, Suomen-Matkojen vuosikokouksen pöytäkirja 23.3.1937; johtokunnan kokouksen pöytäkirja 10.8.1937, vuosikertomus 1938.

¹⁹⁰ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 5.

oli lähinnä sydäntä. Komitean lähtökohtana korostuu siten matkamuistoihin liittyneet taloudelliset mahdollisuudet. Komiteassa mukana ollut Suomen Kotiteollisuusliitto oli perustettu vuonna 1929 lisäämään yhteistyötä maan kauppakotiteollisuuden edustajien kesken ja ajamaan heidän etuaan. Sen tärkeimpiä toimijoita olivat ansiokotiteollisuuden harjoittajat sekä kotiteollisuustuotteita myyneet liikkeet, näistä erityisesti suurin kotiteollisuustuotteita myynyt liike, Kotiteollisuus Oy Pirtti.¹⁹¹ Suomen Koti- ja Pienteollisuuden Vientiliitto puolestaan perustettiin vuonna 1936 järjestämään kotiteollisuustuotteiden vientiä ja kauppaa Yhdysvaltoihin. Tätä työtä jatkoi yhtiömuotoisena vuodesta 1938 eteenpäin kotiteollisuuden keskusliike Ke-Ko Osakeyhtiö.¹⁹²

Suomen suurin kotiteollisuusalan järjestö, Suomen Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliitto, ei ollut matkamuistoesinetoimikunnassa mukana. Syynä saattoi olla se, että Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliitto suhtautui ansiokotiteollisuuden kehittämiseen toisin, kuin matkamuistoesinekomiteassa mukana olleet kotiteollisuuden toimijat. Keskusliitossa ansiokotiteollisuuden kehittäminen nousi tärkeäksi vasta toisen maailmansodan jälkeen.¹⁹³ Suomen Kotiteollisuusliitto ja Koti- ja Pienteollisuuden Vientiliitto pitivät tätä tärkeänä jo 1930-luvulla ja pääsivät matkamuistoesinekomiteassa kehittämään ansiokotiteollisuuden markkinoita.

Matkamuistoesinetoimikunnan tehtävänä ei ollut selvittää kaikkien Suomessa matkailijoille myytyjen esineiden laatu, vaan se keskittyi kotiteollisuustuotteisiin. Komitea ei muihin esineisiin juurikaan kiinnittänyt huomiota, sillä sen loppumietinnössä mainitaan vain listana suurimmat ryhmät näistä muista esineistä: postikortit ja valokuvasarjat, kirjat ja kuvateokset, lasi- ja kristallitavarat, keraamisen teollisuuden tuotteet, hopea- ja tinaesineet, erilaiset urheiluvälineet ja taideteollisuustuotteet.¹⁹⁴ Muuten näihin tuoteryhmiin ei puututa. Ajatus kotiteollisuustuotteista ensisijaisina matkamuistoesineinä ei ole vain komitean omatekemä jaottelu, vaan myös yleisemmin käytössä ollut. Kun esimerkiksi lehdissä kirjoitettiin matkamuistoesineistä, tarkoitettiin sillä lähes poikkeuksetta kotiteollisuustuotteita. Kotiteollisuustuote ja matkamuistoesine toimivat lähes synonyymeina toisilleen. Kotiteollisuus ei kuitenkaan ollut ainoa ala, jonka sisällä matkamuistoesineistä puhuttiin, vaan myös ainakin Kultaseppien liitto oli huolissaan siitä, millaisia esineitä matkailijat Suomessa ostivat. Liiton

¹⁹¹ Kouri 2009, 14.

¹⁹² Suomen Koti- ja Pienteollisuuden Vientiliiton sekä Ke-Ko:n perustamista käsittelen tarkemmin luvussa 5.4.

¹⁹³ Ylönen 2003, 164.

¹⁹⁴ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 37.

kokouksissa oli keskusteltu aiheesta, mutta mitään varsinaisia päätöksiä asian kehittämiseksi ei ollut tehty.¹⁹⁵

Matkamuistoesinetoimikunta kokoontui 12 kertaa toiminta-aikanaan. Saadakseen selville millaisia tuotteita valmistettiin ja millaiset tuotteet eniten matkailijoita kiinnostivat, lähetti toimikunta 46:lle matkamuistoesineitä myyneelle liikkeelle kiertotiedustelun syksyllä 1938. Lisäksi toimikunta kävi samana syksynä tutustumassa Helsingin suurimpiin matkamuistoesinemyymälöihin Kotikäsi Oy Tellervoon, Stockmannin tavaratalon turistiosastoon, Kotiteollisuus Oy Pirtin valikoimaan ja Suomen Käsityön Ystävien liikkeeseen sekä Suomen Kotiteollisuusliiton järjestämän näyttelyn matkamuistoesineosastoon. Komitean jäsenet kävivät myös läpi Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton julistaman matkamuistoesine- sekä retkeily- ja ulkoiluvälinekilpailuun tulleet ehdotukset.¹⁹⁶ Komitean jäsen Yrjö Laine toimi myös kilpailun palkintolautakunnassa.¹⁹⁷

Toimikunta aloitti toimintansa helmikuussa 1938. Heti ensimmäisessä kokouksessa toimikunnalla oli selkeä käsitys siitä, miten se tulisi työnsä tekemään.¹⁹⁸ Työ eteni hyvin vuoden 1938 aikana, sillä silloin toimikunta teki kiertotiedusteluja ja kävi itsekin tutustumassa pääkaupungin matkamuistoesinetarjontaan. *Kotiteollisuus*-lehden vuoden 1939 toukokuun numerossa ilmestyi toimikunnan sihteerin Niilo Honkalan artikkeli ”Kotiteollisuus ja matkailu”. Tässä artikkelissa Honkala käy tiivistetysti läpi ne asiat, jotka kuusi vuotta myöhemmin julkaistiin matkamuistoesinetoimikunnan mietintönä. Teksti on osittain jopa sanasta sanaan samaa ja erityisesti artikkelin loppupäätelmät ovat yhtenevät komitean loppujulkaisun yhteenvedon kanssa.¹⁹⁹ Matkamuistoesinetoimikunta oli siis jo kerännyt mietintönsä pohjana toimineet tiedot ja tilastot ja ryhtynyt kirjoittamaan mietintöä vuoden 1939 alkupuolella.

Toimikunnan mietinnön valmistuminen kuitenkin myöhästyi. Talvisodan takia se saatiin valmiiksi vasta vuonna 1940. Julkaisu oli ladontaa myöten valmis toukokuussa 1941, mutta sen painaminen venyi usealla vuodella, sillä jatkosota vaikutuksineen esti mietinnön julkaisemisen

¹⁹⁵ ”Matkailijojen muistoesineet.” *Kultaseppien lehti* 5/1937, 75.

¹⁹⁶ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 5–6. Matkamuistoesinetoimikunnan toimintavaiheista ei ole jäänyt loppuraportin lisäksi jäljelle muuta, kuin ensimmäisen kokouksen pöytäkirja, joka löytyy Yrjö Laine-Juvan kokoelmasta Suomen Käsityön museon arkistosta. Komitean toiminnan lopputuloksena julkaistu mietintö kuitenkin kertoo komitean toiminnan pääpiirteet.

¹⁹⁷ SKM, KTLK, C.7. Valtuuskunnan pöytäkirja 15.11.1938, liite: Matkamuistoesine sekä retkeily- ja ulkoiluvälinekilpailun palkintolautakunnan kokous 26.10.1938.

¹⁹⁸ SKM, YLJK, C. Matkamuistoesinetoimikunnan kokous 7.2.1938.

¹⁹⁹ Honkala, Niilo, ”Kotiteollisuus ja matkailu”, *Kotiteollisuus* 5/1938, 58–60; *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 92–95.

aina vuoteen 1945 asti.²⁰⁰ Mietintö julkaistiin lopulta nimellä *Suomalaiset matkamuistoesineet*, mutta siinä vaiheessa Suomi ja erityisesti maan matkailuedellytykset olivat aivan toiset kuin mitä ne olivat olleet silloin, kun komitea oli aloittanut toimintansa matkailun huippuvuonna 1938.

Julkaisuajankohdastaan huolimatta mietintö linkittyy matkailun 1930-luvun huippuvuosiin. Kuten komitea itse mietinnön alussa toteaa, se teki suurimman osan työstään vuosina 1938–39 ja Honkalan artikkeli *Kotiteollisuudessa* jo noudatteli lähes sanatakkasti komitean loppumietintöä. Mietintö oli valmis julkaistavaksi jo ennen jatkosodan alkua eikä siihen näytä tehdyn suuria muutoksia sodan jälkeen. Ainoat viittaukset sotien aiheuttamiin muutoksiin ovat tekstiin tullut lisäys siitä, että, kotiteollisuus tarjoaa työtä sotainvalideille, sotalleskille ja -orvoille, ja huoli siitä, miten kotiteollisuuden paikallisten erojen käy Karjalasta tulleiden evakkojen asettuessa eri puolille Suomea.²⁰¹ Toimikunta itse pahoitteli sitä, että julkaisun myöhästymisen takia osa siinä olevista tiedoista oli jo ehtinyt vanhentua.²⁰²

Matkailun ja kotiteollisuustuotteiden myynnin jälleenrakentaminen sotien jälkeen lähti aivan eri lähtökohdista, kuin mihin 1930-luvun huippuvuosien aikana oli päädytty. Sotien myötä Suomi menetti monet suosituimmista turistikohteistaan. Esimerkiksi Petsamo ja Karjalan kannas siirtyivät Venäjälle ja koko Lappi oli hävitetty Lapin sodan seurauksena. Sota oli myös tyrehtyttänyt matkamuistoesineiden myynnin ja kotiteollisuustuotteiden viennin ulkomaille ja tuotteiden myyntipisteet ulkomailla oli lopetettu.²⁰³

Suomen-Matkat määritteli matkamuistoesinetoimikunnan julkaisun *Suomalaiset matkamuistoesineet* kohdeyleisöksi lähinnä matkamuistoesineiden valmistajat ja asiaan muuten perehtyneet. Tavoitteena oli näin levittää tietoa hyväksi katsotuista esineistä, jotta saataisiin ”entistä edustavampia ja suomalaissävyisempiä esineitä”.²⁰⁴ Mietinnön tarkoituksena ei siis ollut päästä koko kansan tietoisuuteen, vaan olla ennemmin alan sisäinen tiedonanto. Se oli tarkoitettu erityisesti matkamuistoesineiden valmistajille eli kotiteollisuuden tekijöille, ei niinkään matkailualan järjestäjille. Vaikka mietinnön oli tarkoitus pysyä alan sisäisenä, päätti Suomen-Matkojen johtokunta painattaa mietinnön kirjaksi.²⁰⁵ Päätös kertoo, että liiton

²⁰⁰ KA, SMLA, Hd:428, Suomen-Matkojen toimintakertomus 1940, 7; toimintakertomus 1944, 2; toimintakertomus 1945, 3. Hidastusta aiheutti esimerkiksi se, että Yrjö Laine ei armeijapalvelukseltaan ehtinyt tehdä mietinnön kuvitusta valmiiksi. KA, SMLA, Hd:428, johtokunnan pöytäkirja 15.9.1942.

²⁰¹ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 12, 39, 58.

²⁰² *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 6.

²⁰³ Laine-Juva & Änkö 1968, 213.

²⁰⁴ KA, SMLA, Hd:428, Suomen-Matkojen toimintakertomus 1945, 3.

²⁰⁵ KA, SMLA, Hd:428, Suomen-Matkojen johtokunnan pöytäkirja 26.11.1940.

johtokunta arvosti matkamuistoesinetoimikunnan työtä ja työn tulokset haluttiin jakaa laajempaan levikkiin. Painamispäätöksen ja julkaisuajankohdan välillä kului kuitenkin lähes viisi vuotta, joiden aikana matkailualan huomion veivät jatkosota ja sen aiheuttamat muutokset matkailussa. Julkaisuaikanaan mietintö ei enää herättänyt matkailuelinten mielenkiintoa.

Matkamuistoesinetoimikunnan perustaminen vuonna 1937 ja mietinnön julkaiseminen vuonna 1945 mainitaan *Suomen matkailu-* ja *Kotiteollisuus*-lehtien lisäksi muutamissa sanomalehdissä. Komitean perustamisen yhteydessä lehdissä kerrottiin, että toimikunnan tavoitteena oli parantaa matkamuistoesineistön laatua.²⁰⁶ Loppujulkaisun ilmestymisestä uutisoitiin vain kolmessa lehdessä ja näissäkin vain lyhyellä tiedonannolla.²⁰⁷ Mietintö ei näytä ilmestymishetkellään syksyllä 1945 herättäneen halua laajempaan keskusteluun aiheesta edes kotiteollisuuspiireissä. Ajan suuremmat haasteet veivät huomion pois pienistä matkamuistoista.

Matkamuistoesinetoimikunnan toiminta ei ilmeisesti suoraan johtanut mihinkään toimiin, mutta monet sen esiin nostamat kotiteollisuusalan epäkohdat nousivat keskeisiksi kotiteollisuuden kehittämiskohteiksi sotien jälkeen. Esimerkiksi jo mainittu ansiokotiteollisuuden edistäminen nostettiin Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton keskeiseksi tavoitteeksi vuodesta 1946 eteenpäin, ja kotiteollisuustuotteiden myyntiin liittyneet tuotantohintojen, raaka-aineiden ja laadun ongelmat sekä kilpailu tehdasteollisuuden kanssa muodostuivat tärkeiksi kysymyksiksi.²⁰⁸ Nämä kaikki seikat olivat herättäneet matkamuistoesinekomitean huomion jo 1930-luvun lopulla, mutta nostettiin alan virallisiksi linjauksiksi vasta vuonna 1949, kun kotiteollisuusalan kehittämisen ääriviivoista julkaistiin jälleen uusi komiteamietintö, tällä kertaa Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton aloitteesta.²⁰⁹

Komitean työtä muisteltiin vielä reilu kymmenen vuotta sen alkuperäisen kokoonpanon jälkeen marraskuussa 1949, kun Uudessa Suomessa ilmestyi artikkeli, joka käsitteli sitä, kuinka matkamuistoesineiden laatu oli tärkeä osoitus maan sivistystasosta.²¹⁰ Tässä artikkelissa on vahvasti läsnä saman ajatukset, kuin jotka vaikuttivat matkamuistoesinekomitean

²⁰⁶ ”Nykyistä parempia matkamuistoesineitä” *Aamulehti* 13.8.1937; ”Matkamuistoesineet” *Ajan Suunta* 13.8.1937; ”Parempia matkamuistoesineitä” *Suomen Sosialidemokraatti* 13.8.1937; ”Suomen-Matkojen johtokunta” *Käkisalmen Sanomat* 14.8.1937; ”Matkamuistoesineittemme laadussa on toivomisen varaa.” *Etelä-Saimaa* 15.8.1937.

²⁰⁷ ”Suomen-Matkat ry:n toimesta” *Etelä-Suomen Sanomat* 19.9.1945; ”Matkamuistoesinejulkaisu” *Helsingin Sanomat* 19.9.1945; ”Selvitys matkamuistoesineistämme valmistunut.” *Suomen Sosialidemokraatti* 18.9.1945.

²⁰⁸ Ylönen 2003, 157–158, 164.

²⁰⁹ Ylönen 2003, 158. Suomen Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton suunnanmuutokseen saattoi vaikuttaa se, että matkamuistoesinekomiteassakin mukana olleesta Yrjö Laineesta tuli liiton johtokunnan puheenjohtaja vuonna 1945. Laineelle ansiokotiteollisuuden kehittäminen oli tärkeää ja tässä roolissa hän pystyi korostamaan ansiokotiteollisuuden kehittämisen tarpeellisuutta entistä laajemmalle yleisölle.

²¹⁰ ”Matkamuistoesineiden laatu osoittaa maan sivistystasoa”, *Uusi Suomi* 1.11.1949.

työskentelynkin aikaan. Komitean tekemällä työllä näyttää siis olleen jonkinlainen panos matkamuistoesineiden kehitykseen tai ainakin sen ympärillä käytyyn keskusteluun.

Matkamuistoesinekomitean alkutekijänä toiminut valtion kotiteollisuuskomitea sai odottaa oman mietintönsä julkaisua vielä matkamuistoesinekomiteaakin pidempään, sillä sen työ saatiin loppuun vasta 1946 eli 10 vuotta työn aloittamisen jälkeen. Kotiteollisuuskomitean mietinnössä ei matkamuistoesineiden kauppaa juurikaan käsitelty, sillä matkamuistoesinekomitean todettiin jo tehneen sen niin kattavasti omassa mietinnössään. Lisäksi kotiteollisuuskomitean puheenjohtaja Yrjö Laine ja jäsen Alma Koskinen olivat olleet mukana myös matkamuistoesinekomiteassa eli kotiteollisuuskomitean mielipide matkamuistoesineasiaan oli jo selkeästi ilmaistu matkamuistoesinekomitean mietinnössä.²¹¹

Kotiteollisuus- ja matkailuelinten huomion kiinnittyminen matkamuistoesineisiin ei ollut vain suomalaisten toimijoiden asia, vaan kyse oli Euroopan laajuisesta ilmiöstä. Vaikka toimijoiden tarkoituksena oli luoda suomalainen matkamuistoesineistö, esikuvat työn ja tutkimusten toteuttamiseen haettiin ulkomailta. Matkamuistoesinekomitea vertasi Suomen tilannetta muihin Pohjoismaihin sekä Viroon, Tšekkoslovakiaan, Sveitsiin, Unkariin, Turkkiin ja Irlantiin. Kaikissa vertailumaissa asiat olivat komitean mukaan Suomea paremmin. Samanaikaisesti Suomessa toimineen matkamuistoesinetoimikunnan kanssa ainakin Norjassa ja Tanskassa toimivat samankaltaiset komiteat ja monissa maissa oli jo tehty tilastoja matkamuistojen myynnistä. Tšekkosloveniassa oli eri seuduilla omat tiedonantajansa, jotka kertoivat, mitkä esineet olivat milloinkin suosittuja. Unkarilaiset tuotteet puolestaan olivat jo päässeet maailmanmarkkinoille, sillä työtä oli edistetty kansainvälisin näyttelyin. Unkarissa valtio myös tuki avustuksin työtä.²¹² Matkailun lisäksi myös matkamuistoesineiden kehittäminen oli Euroopan laajuinen ilmiö, jonka avulla yritettiin kartoittaa kaikkialla Euroopassa kasvaneiden turistivirtojen haluja ja tarpeita. Suomessa ei haluttu jäädä kehityksestä jälkeen. Siksi oli syytä kehittää matkamuistojen valmistusta ja markkinointia.

Suomen kotiteollisuuden ja matkamuistojen tilannetta voitiin verrata Euroopan yleiseen kehitykseen, mutta Yrjö Laineen sanoin ”suomalaista kotiteollisuutta ei kohoteta tippaakaan koptioimalla ja ihailemalla muiden maiden kotiteollisuustuotteita - -”.²¹³ Sitä ei myöskään katsottu hyvällä, että ulkomaalaisia kotiteollisuustuotteita tuotiin myyntiin Suomeen, sillä

²¹¹ Kotiteollisuuskomitea 1946, 202.

²¹² *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 68–72.

²¹³ Laine, Yrjö, *Kotiteollisuus* 1/1939, 4.

tämän nähtiin vievän markkinat suomalaisilta tuotteilta.²¹⁴ Matkamuuistoesineistön kehitystyössä yhdistyy mielenkiintoisella tavalla matkailun kasvun mukanaan tuoma kansainvälinen ilmiö, jonka tarkoituksena oli kuitenkin maiden ja kansojen oman kulttuurin suojeleminen ja vahvistaminen.

Kiinnostus matkamuuistoesineiden kehittämistä kohtaan lähti ensisijaisesti kotiteollisuusalan toimijoilta, ei matkailun. Suomen matkailun isoissakin linjoissa oli vielä paljon kehitettävää 1930-luvulla, kuten työni edellisessä luvussa olen käsitellyt. Todennäköisesti Matkailijayhdistyksellä ja Suomen-Matkoilla ei ollut 1930-luvulla juurikaan resursseja käydä laajamittaiseen matkamuuistoesineistön kehittämiseen, mutta kun aloite tuli kotiteollisuuden puolelta, työhön lähdettiin kuitenkin mukaan. Koska kyse oli ensisijaisesti kotiteollisuustuotteista, oli kotiteollisuusalan toimijoilla ensisijainen ymmärrys tuotteiden laadusta ja kehittämisestä, joten matkailuyhdistysten rooli työssä keskittyi lähinnä tuotteiden myyntiin ja mainostukseen. Sekä kotiteollisuus- että matkailuliitoilla oli kuitenkin sanansa sanottavana siinä, millaisia tuotteita olisi pitänyt valmistaa, jotta matkamuuistoesineiden kautta maailmalle olisi levinnyt mahdollisimman edullinen käsitys Suomesta.

Tutkimusaineistoa ja erityisesti *Kotiteollisuus*-lehteä läpikäydessä käy selväksi, että matkamuuistoesineisiin – ja erityisesti kotiteollisuustuotteisiin matkamuuistoesineinä – liittyvä keskustelu oli muutamien kotiteollisuusalan keskushenkilöiden aikaansaamaa ja ylläpitämää. Erityisen vahvasti asiaa ajoi Maataloushallituksessa kotiteollisuuden ylitarkastajana ja kotiteollisuusosaston kotiteollisuusneuvoksena toiminut, *Kotiteollisuuden* päätoimittaja, arkkitehti Yrjö Laine. Myös muut matkamuuistoesinekomitean jäsenet olivat keskeisissä rooleissa kotiteollisuuden alalla ja matkailupiireissä, mutta he eivät ole jättäneet rooleistaan yhtä kattavaa lähdeaineistoa matkamuuistoesineisiin liittyen, kuin mitä Laine on.

Laine painotti työssään ansiokotiteollisuuden ja käsityön kehittämistä.²¹⁵ *Kotiteollisuus*-lehden päätoimittajana hänellä oli valtaa vaikuttaa lehden linjauksiin ja hänen kädenjälkensä onkin varsin näkyvä siinä, että lehdessä selkeästi painotettiin ansiokotiteollisuuden mahdollisuuksia matkamuuistoesineinä ja annettiin ohjeita siihen, millaisia esineitä tulisi valmistaa. Monet lehden matkamuuistoesineitä käsittelevät artikkelit ovatkin itse Laineen kirjoittamia.²¹⁶

²¹⁴ ”Kotiteollisuuden tullisuoja”, *Kotiteollisuus* 6/1938, 75.

²¹⁵ Ylönen 2003, 118–119.

²¹⁶ Esim. ”Kotiteollisuus ja matkailu”, *Kotiteollisuus* 4/1937, 45–48, ”Eräs uusi työala”, *Kotiteollisuus* 9/1937, 127–128; Vanhojen käsittöiden jäljentämisestä”, *Kotiteollisuus* 7/1938, 85; ”Matkamuuistoesineitä ja retkeilyvarusteita.”, *Kotiteollisuus* 8/1938, 102–110; ”Kansallisesta ja kansainvälisestä kotiteollisuudesta.” *Kotiteollisuus* 8/1939, 95–96.

Yrjö Laine on se henkilö, jota useimmin muissa lehdissä siteerataan, kun puhutaan matkamuistoista ja hän myös kirjoitti itse aiheesta lehtiin.²¹⁷ Lisäksi Laine toimi puheenjohtajana valtion vuonna 1936 asettamassa kotiteollisuuskomiteassa, jossa ensimmäisenä puhuttiin kotiteollisuustuotteiden lisääntyvistä mahdollisuuksista matkamuistoesinemarkkinoilla.²¹⁸ Laine oli myös se, joka piti Suomen-Matkojen vuosikokouksessa esitelmän, joka johti matkamuistoesinetoimikunnan perustamiseen. Hän korosti kotiteollisuuden ja kotiseututyön yhteistyön arvoa matkamuistoesineiden kehittämisessä ja loi yhteistyötä kotiseutuliikkeen kanssa Talonpoikaiskulttuurisäätiön jäsenenä heti sen perustamisvuodesta lähtien.²¹⁹ Laine yritti myös saada retkeilypiirit mukaan matkamuistotoimintaan lanseeraamalla matkamuistojen oman osa-alueen matkailun uusimmalle muodolle: kansalliset retkeilymuistoesineet.²²⁰ Yrjö Laine vaikuttaa olleen mukana kaikessa 1930-luvun toiminnassa, joka vähänkin liittyi kotiteollisuuden ja matkamuistojen kehittämiseen. Suomen käsityön museon arkistossa oleva Yrjö Laine-Juvan kokoelma puhuu myös tämän asian puolesta: Laine-Juvan kokoelmasta löytyy monia hänen tekstejään, jotka käsittelevät kotiteollisuustuotteita matkamuistoina ja matkamuistojen merkitystä oikeanlaisen suomalaisuuden välittäjinä matkailijoille.

²¹⁷ Esim. Laine, Yrjö, ”Mitä meiltä viedään tuliaisiksi”, *Kotiliesi* 12/1937, 494, 505; Laine, Yrjö ”Matkamuistoesineet”, *Suomen matkailu* 3/1937, 26–27; ”Matkailumuistoesineet taiteellisen kontrollin alaisiksi.” *Helsingin Sanomat* 24.10.1938; ”Matkamuistoesineet ja retkeilyvälineet.” *Ilta-Sanomat* 15.8.1939.

²¹⁸ Yrjö Laine esitteli keväällä 1937 kotiteollisuuskomitean suunnittelemaa esitystä matkamuistoesineiden kaupasta *Kotiteollisuus*-lehdessä. Laine, Yrjö ”Kotiteollisuus ja matkailu”, *Kotiteollisuus* 4/1937, 48.

²¹⁹ Laine, Yrjö ”Kotiteollisuus ja matkailu”, *Kotiteollisuus* 4/1937, 48; Stenfors 2007, 217.

²²⁰ ”Retkeilyneuvontapäivät 5–8.1.-39”, *Retkeilijä* 1/1939, 6. Laineen retkeilyneuvontapäivien esitelmä on julkaistu *Kotiteollisuus*-lehdessä 1/1939, 1–2.

4. Huiputusten Helsingin rihkamasta kansanomaisiin matkamuistoihin

4.1. Matkailijoiden suosimat matkamuistot

*Ulkomaiset matkailijat tahtovat matkansa muistoksi ostaa jotain tyypillisesti suomalaista ja maallemme luonteenomaista. Heidän ostohaluansa kiihottaa kaikki, mitä heillä ei ole kotimaassaan tai mitä he eivät ole aikaisemmillä matkoillaan nähneet ja ostaneet. Erityisesti he haluavat sellaista, mikä pohjautuu vanhaan kansanomaiseen kulttuuriin.*²²¹

1930-luvulla ostettujen matkamuistoesineiden määrästä ja laadusta ei ole saatavilla tarkkoja tietoja. Jonkin verran tietoa on siitä, mitä tuotteita turisteille on haluttu myydä ja mitkä tuotteet ovat olleet suosituimpia. Esimerkiksi Suomen-Matkojen julkaisemissa Suomi-esitteissä matkailijoille annettavien käytännön matkustusneuvojen ohessa kerrotaan mitä erityisen suomalaisia tuotteita maassa vieraillessa kannatti ostaa: ryijyjä, kudottuja tekstiilejä, kansallispukuja, kansallispukunukkeja, suomalaisia puukkoja, visakoivusta valmistettuja esineitä, taidelasia, posliinia, keramiikkaa sekä Lapin käsitöitä eli esimerkiksi puukkoja, poronsarvista ja -nahasta valmistettuja tuotteita, sormettomia käsineitä sekä saamelaisnukkeja. Kyseinen teksti lisättiin Suomi-yleisesitteisiin vuonna 1936 ja siitä lähtien se oli yleisesitteiden vakio-osio.²²²

Vuonna 1937 Suomen-Matkat julkaisi esitteen *Shopping in Helsinki*, jossa esiteltiin helsinkiläisiä myymälöitä ja niiden tuotevalikoimaa. Ensimmäisillä sivuilla ovat helsinkiläiset kotiteollisuusliikkeet, mutta mukana on myös tavarataloja, vaatekauppoja ja kaikkea mitä ikinä turisti matkallaan saattoi kaivata. Tämän esitteen kansi ohjaa ajatukset kotiteollisuuden tarjoamien matkamuistojen pariin, sillä kanteen on piirretty kansallispukuinen neito ja hänen alleen tuohiset virsut ja kontti sekä kaksi puukkoa ja liinaa.²²³ Suomen-Matkojen julkaisujen linja viittaa selkeästi siihen, että kotiteollisuustuotteet olivat ensisijaisesti ne tuotteet, joita matkailijoiden kannatti Suomesta ostaa.



Liite 1: *Shopping in Helsinki* -esitteen kansi.

²²¹ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 14.

²²² KA, SMLA, Uc:502, "Finland for Holidays" 1936, 9; "Finland for Holidays" 1937, 9; "Finland for Holidays" 1938, 9; "Finland for Holidays" 1939, 9.

²²³ KA, SMLA, Uc:502, Suomen-Matkat 1937, "Shopping in Helsinki".

1930-luvulla ilmestyi kasvava määrä Suomea koskevaa matkakirjallisuutta. Kirjoittajat eivät oppaissaan juurikaan antaneet matkamuistosuosituksia. Ainoat mainitut muistoesineet ovat poronluusta valmistetut tuotteet – joiden myös sanotaan olevan suomalaisimpia esineitä – ja hiottu lasi. Kotiteollisuustuotteisiin viitataan, mutta maininta koskee lähinnä niiden korkeaa hintaa.²²⁴

Kattavimmin matkailijoiden ostamia esineitä on esitelty matkamuistoesinetoimikunnan mietinnössä. Komitean matkamuistoesinemyyjämälöille lähettämän kyselyn perusteella komitea koosti listan parhaiten myyneistä esineistä. Matkailijat ostivat myös paljon muuta tavaraa kuin kotiteollisuustuotteita, mutta kuten jo mainitsin, toimikunta ei kiinnittänyt huomiotaan näihin, vaan keskittyi kotiteollisuustuotteisiin. Kotiteollisuustuotteiden toimijat myös perustelivat näkemystä siitä, että matkamuistoista kotiteollisuustuotteet olivat keskeisimpiä. Yrjö Laine kirjoitti *Suomen matkailu* -lehdessä:

*Vaikka matkamuistoesineiksi voisikin sanoa kaikkea sitä, mitä matkailijat ostavat matkansa varrelta tuliaisiksi kotona oleville ja muistoksi matkalta itselleen, on meilläkin nimitystä yhä yleisemmin muiden matkailumaiden tapaan ruvettu käyttämään vain esineistä, jotka ovat k.o. matkailuseudulle erikoisen luonteenomaisia ja juuri sillä paikkakunnalla tehtyjä, onpa lisäksi kansan ahkerien naisten ja miesten kättentöitä pidetty erityisen aitoina ja suositeltavina matkamuistoesineinä, koska niissä kuvastuu paikallissävy aivan kuin kirkastuneena.*²²⁵

Suomalaiset siis noudattivat vain kansainvälistä mallia, kun kotiteollisuustuotteet yhä vahvemmin määriteltiin matkamuistoesineiksi. Määritelmän mukaan matkamuiston tuli olla paikallisesti kotiteollisuudessa valmistettu suomalaisuutta aidosti kuvastava esine. Tämä määritelmä oli varsin selkeästi matkamuistoesinetoimikunnan lähtökohtana, kun he toimivat tehtävässään matkamuistoesineiden kehittämiseksi.

Rajanveto matkamuistoesineiden ja muiden esineiden välillä ei ole helppoa. Tämän ongelman kohtasi myös matkamuistoesinekomitea työtään tehdessään. Komitean mietinnössä huomautettiin, että oikeastaan kaikki, mitä matkailijat ostivat Suomesta, voitiin lukea matkamuistoiksi. Kun mietinnössä listattiin mitä matkamuistoesineinä on ostettu, ovat mukana myös kotiteollisuudessa valmistetut vaatteet ja vaatekankaat. Tässä yhteydessä huomautettiin, että nämä tuotteet eivät varsinaisesti olleet matkamuistoja, vaan pikemminkin matkailijan henkilökohtaisia ostoksia, mutta ” - - kansantaloudelliselta kannalta nämä ostokset on kuitenkin yhtä hyvin luettava matkailun tuottamien tulojen piiriin, eikä niiden merkitys maamme

²²⁴ Clark 1938, 185; Gilmour 1931, 13.

²²⁵ Laine, Yrjö, ”Matkamuistoesineet” *Suomen matkailu* 3/1937, 26.

matkailumainonnankaan kannalta suinkaan ole pieni.”²²⁶ Matkailun taloudellisiin vaikutuksiin oli siis luettava kaikki, mitä matkailijat Suomessa ollessaan ostivat ja siksi kaikelle Suomessa valmistetulle, ulkomaalaisille myytävälle, asetettiin korkeat standardit.

Eri kansallisuuksien ja matkustajaryhmien välillä huomattiin olevan eroja sen suhteen, millaisia tuotteita he ostivat. *Suomalaiset matkamuistoesineet* –mietinnön mukaan yhdysvaltalaisille matkailijoille pystyi myymään lähes mitä tahansa tuohivirsun ja jalokivien väliltä ja he olivatkin matkamuistomyymälöiden parhaita asiakkaita, sillä he olivat yleensä matkailijoista varakkaimpia. Amerikkalaisiin sanottiin esineen outouden ja kansanomaisuuden vetoavan enemmän kuin käyttötarkoituksen. Erityisesti he ostivat kansanomaisesti koristeltuja lusikoita, museoesineiden jäljennöksiä, pellavaliinoja, villakintaita, kaulahuiveja ja Kalevala-koruja.²²⁷

Englantilaiset vieraat olivat amerikkalaisia laatutietoisempia ja he arvostivat hienoa käsityötä. Siksi englantilaisille myytiin eniten pellavatuotteita, kudoksia ja poronnahkatossuja. Ruotsalaiset ostivat käytännöllisiä kudontatuotteita, puuveistoksia ja keramiikkaa. Näitä samoja tuotteita suosivat myös ranskalaiset matkailijat. Tanskalaiset puolestaan halusivat kudoksien lisäksi kuparisia kahvipannuja ja puutauluja.²²⁸

Saksan valtion asettamat rajoitteet sen suhteen, paljonko rahaa saksalaiset matkailijat saivat viedä kotimaastaan pois, vaikuttivat saksalaismatkailijoiden matkamuistoesineiden ostopäätöksiin. Siksi saksalaiset ostivat suhteessa enemmän pikkutavaroita huolellisesti valikoiden. Heitä kiinnostivat myös suomalaiset puukot, jotka olivatkin yksi Suomen suosituimmista matkamuistoesineistä.²²⁹

Mielenkiintoisesti virolaiset on jätetty näistä listauksista kokonaan pois, vaikka he olivat toiseksi suurin ulkomaisten matkailijoiden ryhmä Suomessa. Myöskään ruotsalaisiin, jotka muodostivat parhaimmillaan lähes puolet Suomeen saapuneista turisteista, matkamuistoesinekomitea ei kiinnittä erityisesti huomiota. Selitys saattaa löytyä osittain siitä, että virolaisten ja ruotsalaisten Suomeen tekemät matkat olivat yleensä lyhyitä päivän risteilymatkoja, jolloin aikaa ostoksillekaan ei juuri ollut. Virosta ja Ruotsista tuli myös eniten työläisväestöä, jonka ostovoima ei ollut yhtä hyvä kuin muista maista tulleiden varakkaampien matkailijoiden. Lisäksi sekä ruotsalaisten että virolaisten turistien kohdalla voi pohtia sitä,

²²⁶ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 24.

²²⁷ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 15–16.

²²⁸ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 16.

²²⁹ Sandberg 1943, 52, *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 16.

kuinka paljon samaa Suomen ja näiden naapurimaiden kotiteollisuudessa oli eli kuinka paljon esineiden erikoisuus vetosi heihin ja kannusti ostamaan muiston Suomesta.

Ylivoimaisesti suosituimpia matkamuištoesineitä olivat Lapin esineet eli esimerkiksi poronluusta tehdyt esineet, puukot ja päähineet sekä värillisestä verkkakankaasta valmistetut tuotteet. Näiden tuotteiden menekki oli niin suuri, että matkamuištoesinetoimikuntakin nosti kyseiset esineet aivan omaksi ryhmäkseen erilleen muista kotiteollisuustuotteista. Jopa suomalaiset matkailijat ostivat niitä pohjoisessa käydessään.²³⁰

Lapin esineiden jälkeen eniten myytiin naiskotiteollisuuden tuotteita eli tekstiilejä, kuten jo mainittuja pellavaliinoja, ryijyjä ja tākānōitä, pitsiliinoja sekä villatuotteita kuten käsineitä ja kaulahuiveja sekä pukukankaita.²³¹ Miesten valmistamista kotiteollisuustuotteista myytiin esimerkiksi visakoivusta ja pahkoista valmistettuja esineitä, puisia lautasia, kuppeja, lusikoita ja vakkoja, katajaisia koristeastioita, eläinveistoksia, talonpoikaispeilejä ja juuripunoksia koreja.²³²

Mieskotiteollisuuden tuotteista suosituin esine oli puukko. Puukot olivat tunnetuimpia suomalaisista esineistä ja *Ilta-Sanomissa* puukkoa kutsuttiinkin supisuomalaisimmaksi matkamuištoksi.²³³ Helmikuussa 1937 *Seurassa* haastateltu Kotitaide Oy:n johtaja kertoi liikkeensä myyneen edellisenä kesänä matkailijoille yli 5000 puukkoa ja liikkeen puukot olivat päätyneet myös Ruotsin prinssi Bertilin ja kuningas Kustaan omistukseen. Myös Hitlerille, Mussolinille ja Rooseveltille oli lahjoitettu omistuskirjoituksin varustetut puukot Suomesta.²³⁴

Suomalaiset puukot olivat päässeet maailmanvalloituksessa jo niin pitkälle, että niitä myytiin suoraan ulkomaille. Puukkojen valmistaminen teollisuudessa lisääntyi ja vientiin päätyneitä puukkoja muokattiin ulkomaista yleisöä varten eli puukkoihin otettiin uusia vaikutteita maailmalta.²³⁵ Puukoista alkoi hävitä niiden suomalainen leima, joka kotiteollisuuden matkamuištoesinepiireissä oli tärkeänä pidetty piirre esineissä. Näiden vientituotteiden kohdalla ongelman ei kuitenkaan nähty olevan kovin suuri, sillä ne menivät suoraan vientiin. Jos sen sijaan valmistettiin puukkoja, jotka myös myytiin Suomessa matkamuištoina, tuli niiden säilyä täysin kansallisen perinteen mukaisina.²³⁶ Puukkojen säilyminen hyvälaatuisina ja

²³⁰ *Suomalaiset matkamuištoesineet* 1945, 16, 19, 26.

²³¹ *Suomalaiset matkamuištoesineet* 1945, 17.

²³² *Suomalaiset matkamuištoesineet* 1945, 22–24.

²³³ ”Mitä turistik ostavat?” *Ilta-Sanomien* 14.6.1938.

²³⁴ ”Puukkoja puntaroimassa”, *Seura* 7/1937, 10.

²³⁵ Ruusu vuori 2009, 125.

²³⁶ *Suomalaiset matkamuištoesineet* 1945, 28–29.

kansallisten ideaalien mukaisina oli Lapin esineiden ohella yksi toimikunnan suurimmista huolista, sillä puukkojen menekki oli niin suuri, ettei sitä pystytty hyvälaatuisilla tuotteilla tyydyttämään ja markkinoille oli tullut ”suomalaisen puukon irtokuvia”.²³⁷



Liite 2: Esimerkki siitä, kuinka suomalaisen puukon nähtiin muuttuneen vieraiden vaikutteiden takia. Vasemman kuvan puukko edusti haluttua tyyliä, oikealla olevaan oli otettu liikaa kansainvälisiä vaikutteita. Laine, Yrjö, ”Kotiteollisuus ja matkailu”, *Kotiteollisuus* 4/1938, 48.

Matkamuistoesinetoimikunnan mietinnön lisäksi *Iltä-Sanomissa* kesäkuussa 1938 ilmestynyt artikkeli vahvistaa käsitystä kotiteollisuustuotteiden määräävästä asemasta matkamuistomarkkinoilla. Kolmessa helsinkiläisessä matkamuistoliikkeessä tehtyjen kyselyjen vastaukset muistuttavat vahvasti matkamuistoesinekomitean tuloksia.²³⁸ Tavaratalo Stockmannin arkistosta löytyvä kuva tavaratalon matkamuisto-osastosta vuodelta 1930 kertoo myös kotiteollisuuden ylivoimaisuudesta matkamuistoesinemarkkinoilla.²³⁹

Merkkinä matkamuistoesineiden kasvaneesta kysynnästä ja myynnistä matkamuistoesineitä myyneiden liikkeiden määrä nousi Helsingissä 1930-luvun aikana muutamasta kaupasta sataan. Suurimpia alan myymälöitä olivat kotiteollisuustuotteita myynyt Kotiteollisuusliike Pirtti, taidekäsityötä myynyt Suomen Käsityön Ystävät ja tavaratalo Stockmann, jolla oli oma turistiesineosastonsa.²⁴⁰ Näiden lisäksi Helsingissä ja eri puolilla Suomea oli pienempiä liikkeitä ja myös Matkailijayhdistyksen matkailumajat ja hotellit möivät kotiteollisuuden valmistamia matkamuistoja. Matkamuistoesineiden menekin kasvusta ja vaikeudesta täyttää

²³⁷ Laine, Yrjö, ”Mitä meiltä viedään tuliaisiksi”, *Kotiliesi* 12/1937, 494, 505. *Kotiteollisuudessa* ilmestyneessä Yrjö Laineen kirjoittamassa artikkelissa puukon irtokuvia esiteltiin tekstin kuvituksena. Ks. liite 2.

²³⁸ ”Mitä turistik ostavat?” *Iltä-Sanomat* 14.6.1938. Liikkeet, joissa toimittaja kävi, olivat Kotiteollisuus Oy Pirtti, Elannon liike Aleksanterinkadulla ja tavaratalo Stockmann.

²³⁹ Liite 3. Tämä kuva on ainoa, jonka olen löytänyt 1930-luvun matkamuistomyymälöistä. Muutenkin aineistoa kotiteollisuutta ja matkamuistoesineitä myyneistä liikkeistä löytyy varsin niukasti. Esimerkiksi ansiokotiteollisuuden suurimman myymälän Pirtin myymistä tuotteista ei ole säilynyt muuta tietoa kuin muutamat maininnat lehdissä.

²⁴⁰ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945.

kysyntä kertoo se, että niitä myyneet liikkeet hakivat lehti-ilmoituksin lisää tekijöitä tuotteilleen.²⁴¹



Liite 3: Stockmannin tavaratalon turistiosasto vuonna 1930. Vasemmassa reunassa vitriinissä on kansallispukunukkeja ja yläpuolella puuveistotauluja. Oikeassa alalaidassa hyllyssä on lapikkaita ja tuohivirsuja sekä tason päällä kudottuja liinoja ja myyjien vieressä puisia hirviveistoksia. Seinällä roikkuu pieniä ryijyjä ja puuveistotauluja. Myyjien takana näkyy postikortteja. Myyjillä on yllään kansallispuvut. Stockmannin museon valokuva-arkisto.

4.2. Edustavat matkamuistot määritellään

Myytyjä matkamuistoesineitä pidettiin laatutasoltaan ja edustavuudeltaan varsin huonoina. Matkamuistoesinetoimikunnassa mukana olleilla toimijoilla oli selkeä käsitys siitä, millaisia laadukkaiden matkamuistojen olisi pitänyt olla ja tätä käsitystään he yrittävät saada läpi mietinnön avulla ja jo sitä ennen julkaistuissa lehtiartikkeleissa. Lisäksi 1930-luvun aikana järjestetyissä matkamuistoesinekilpailuissa haettiin entistä laadukkaampia suomalaisia matkamuistoesineitä eli kilpailut myös kertovat siitä, millainen oli hyvä matkamuistoesine ja mitä oli se suomalaisuus, jota esineiden haluttiin välittävän.

²⁴¹ Esim. *Helsingin Sanomat* 16.6.1939.

Toimikunta päätyi mietinnössään siihen, että Suomesta löytyi liian vähän korkeatasoisia matkamuistoesineitä. Matkamuistokomitean yksi tärkeimmistä sanomista oli, että ala tarvitsi lisää keskitystä, jotta myyntiin saataisiin todella laadukkaita matkamuistoja. Esineiden valmistus kärsi siitä, että moni oli yrityksessä mukana ja toimijat olivat hajallaan. Asiaan perehtymättömät kaupat painoivat kotiteollisuustuotteiden hinnat niin alhaisiksi, että niiden laatukin tästä kärsi. Osasyyliseksi pääsivät myös itse matkailijat, jotka tyytyivät heikkolaatuiseen tavaraan. Komitea näki asian hyvin haitallisena alan kehitykselle, sillä kukaan ei ohjannut toimintaa keskitetysti ja siten kokonaiskuva alasta jäi saamatta. Tämän kokonaiskuvan kartoittaminen olikin yksi komitean tärkeimmistä tavoitteista. Vain keskittämällä voitiin kehittää alaa.²⁴²

Hyvien matkamuistojen piirteet tiivistettiin matkamuistoesinetoimikunnan mietinnössä muutamiin vaatimuksiin: esineen tuli olla aito, laadukas, kansanomainen, paikallissävyinen, käytännöllinen, kestävä, sopivan hintainen ja raaka-aineitaan myöten suomalainen.²⁴³ Aitous, joka myös piti sisällään osan muista vaatimuksista, oli näistä keskeisin.

Aitous huoletti toimikuntaa, sillä matkamuistoesinemarkkinoille oli tullut tuotteita, jotka oli valmistettu ulkomailla. Suomessa myytiin esimerkiksi saksalaisia tinaesineitä, japanilaista ja italialaista keramiikkaa, norjalaisia puutöitä, ruotsalaisia olkitöitä sekä slovakialaisia, unkarilaisia, skotlantilaisia ja tirolilaisia pukuja, muotitarpeita ja ompeluksia. Helsingissä oli jopa omat kotiteollisuusliikkeensä kiinalaisille, unkarilaisille ja venäläisille kotiteollisuustuotteille.²⁴⁴ Eniten suomalaisten matkamuistojen myyntiä valtasivat Virosta tuodut nahkaplastiikkatyöt, joihin oli vain lisätty suomalaisten nähtävyyksien kuvia tai paikkakuntien nimiä.²⁴⁵

Nahkaplastiikkatyöt olivat yksiä suosituimmista matkamuistoista. Näihin esineisiin oli helppo saada paikallisleimaa kuvien ja tekstien kautta. Siksi niiden valmistusta suomalaisena tuotantonakin yritettiin lisätä, jottei ulkomailta olisi enää tuotu enempää matkamuistoina myytäviä nahkatöitä. Ongelmana kuitenkin nähtiin, ettei tällä käsityöalalla ollut minkäänlaista historiaa suomalaisessa kotiteollisuudessa. Tästä huolimatta uudenlaiset nahkatyöt otettiin

²⁴² *Suomalaiset matkamuistoesineet*, 38, 54–55, 72.

²⁴³ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 82–84.

²⁴⁴ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 65; ”Ulkolaisten kotiteollisuustuotteiden myynti meillä”, *Kotiteollisuus* 10/1938, 146.

²⁴⁵ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 65.

mukaan kotiteollisuuskoulujen kurssivalikoimiin. Tarkoituksena oli näin luoda ”kansallinen nahkamuovailutyö”.²⁴⁶ Siten tuotteista olisi tullut aitoja suomalaisia kotiteollisuustuotteita.

Toinen tärkeä piirre oli se, että esineiden tuli olla laadukkaita. Matkamuistoesineiden kasvanut kysyntä oli heikentänyt niiden laatua, sillä kasvun myötä mukaan tulleet uudet kauppiat eivät välttämättä välittäneet siitä, myivätkö he suomalaista tai laadukasta kotiteollisuutta myymälöissään.²⁴⁷ Kauppiaiden välinpitämättömyyden lisäksi nähtiin, että suomalaisten kotiteollisuustuotteiden laatu ja valmistajien ammattitaito ylipäättään olivat laskussa.²⁴⁸ Laatua pyrittiin kohottamaan messuilla ja matkamuistoesinekilpailuilla, mutta pelkästään nämä toimet eivät riittäneet. Siksi toimikunta ehdotti, että laadun takaamiseksi ja säätelemiseksi olisi tullut perustaa keskusorganisaatio ja ottaa käyttöön alkuperä- ja laatumerkinnot. Alkuperämerkinnällä tuotteista olisi tullut paremmin säädeltyjä, niiden laatu olisi parantunut, matkailijoiden ostopäätökset olisivat helpottuneet ja yleinen maku olisi lähtenyt nousuun.²⁴⁹ ”Vain sillä tavalla voidaan arvottomalle turistirihkamalle osoittaa sille kuuluva asema.”²⁵⁰

Aito ja laadukas matkamuistoesine oli kansanomainen ja paikallissävyinen. Paikallisuus oli siksi tärkeää, että vaikka jokaisella paikkakunnalla ei ollut omia matkailunähtävyyksiään, saattoi jokaisella paikkakunnalla olla omat, paikallisesta kansanperinteestä ammentavat matkamuistoesineensä.²⁵¹ Näin kotiteollisuudesta tehtäisiin paikkakunnan nähtävyys ja turisteille olisi riittänyt uutta ostettavaa minne tahansa he matkallaan suuntasivatkaan. Kansanomaisuuden ja paikallisuuden tuli esineistä käydä ilmi siten, että ne perustuivat alueen vanhoihin paikallisiin käsityötapoihin. Paikallisuutta ei saanut lisätä esineisiin vain lisäämällä niihin paikkakunnasta kertovan kuvan tai tekstin, vaan esineen tuli olla kansankäsityöhön perustuva. Pelkästään kuvien ja tekstien lisäämistä esineisiin pidettiin erittäin paheksuttavana, kuten seuraava lainaus matkamuistokomitean mietinnöstä osoittaa:

Esineeseen piirretyn paikkannimen tai kuva-aiheen varassa oleva paikallissävy on - - halpahintaista erikoisuutta. Monet sivistyneet matkailijat eivät siksi osta miellyttävääkään esinettä, jos sen paikallissävy perustuu vain paikkannimeen tai valokuvajäljittelyyn. Matkamuistoesineistömme arvo vaatisi, että matkailijoiden tervettä halua ostaa paikkakunnan erikoisleimalla varustettuja esineitä pystytään tyydyttämään arvokkaammalla tavalla: mallien, raaka-aineen, työtavan tai koristelun puolesta erikoisilla, taiteellisesti korkeatasoisilla ja huolellisesti

²⁴⁶ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 31.

²⁴⁷ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 58, 60.

²⁴⁸ Anhava, Lyyli, ”Hyvien mallien aikaansaaminen kotiteollisuustyölle.” *Kotiteollisuus* 6/1937, 92.

²⁴⁹ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 60, 76, 78.

²⁵⁰ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 75.

²⁵¹ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 52.

*viimeistellyillä paikallissävyisillä esineillä. - - olisi varottava, etteivät nimet muodostu enempää koristelussa kuin paikallissävyydessäkään pääasiaksi.*²⁵²

Suorastaan ala-arvoisena rihkamana pidettiin polttokoristeltuja tuotteita, joissa oli kuvattuna Suomen lippu tai leijona tai muistolauseita kuten ”Muisto Suomesta” ja ”Terveisiä Helsingistä.”²⁵³

Erittäin tärkeä aitouden osa-alue oli se, että esineiden tuli olla suomalaisista raaka-aineista valmistettuja. Matkamuistoesineiden ensisijaisiksi raaka-aineiksi nähtiin muun teollisuuden käyttämättä jättämä materiaali, kuten kataja, tuohi, juuret, oljet, pahkat, jätepuu, eläinten sarvet ja luut. Tämä olisi lisännyt myös esineiden kansantaloudellista arvoa, sillä näin olisi hyödynnetty ennen käyttämättä jäänyttä materiaalia viemättä muilta aloilta mitään pois.²⁵⁴ Kotiteollisuuden ja suurempien taloudellisten toimijoiden intressit kuitenkin joutuivat vastakkain koivun tuohesta valmistettujen, varsin suosittujen matkamuistojen kohdalla. Tuohitöitä varten tuohi piti kiskoa elävistä puista, mikä ei sopinut alati tärkeämmäksi kasvaneen puuteollisuuden tarpeisiin, sillä silloin puuta ei voitu enää käyttää esimerkiksi vaneriksi.²⁵⁵ Vaikuttaakin siltä, että tuohitöiden osuutta matkamuistoista ei pyritty ainakaan lisäämään, vaan huomio yritettiin kiinnittää muihin mahdollisuuksiin.



Liite 4: Esimerkkejä epäsuotavista matkamuistoesineistä. Laine, Yrjö, ”Kotiteollisuus ja matkailu”, *Kotiteollisuus* 4/1937, 46.

²⁵² *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 52.

²⁵³ Laine, Yrjö, ”Kotiteollisuus ja matkailu”, *Kotiteollisuus* 4/1937, 46. Ks. liite 4.

²⁵⁴ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 10.

²⁵⁵ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 32.

Puu säilyi tärkeänä materiaalina, sillä se oli mieskotiteollisuuden tärkein raaka-aine ja käsityksenä oli, että puiset esineet edustivat erinomaisesti Suomea ja suomalaisuutta.²⁵⁶ Kaikki puusta valmistetut tuotteet eivät kuitenkaan olleet suotavia. Tällaisia olivat esimerkiksi hyvin suositut, puusta kaiverteen valmistetut taulut, joiden moitittiin olevan ”epätäiteellisiä, mielikuvituksesta köyhiä ja alkeellisesti veistettyjä”.²⁵⁷ Ei myöskään ollut suotavaa valmistaa puisia esineitä muita materiaaleja, esimerkiksi lasi-, hopea- tai metalliesineitä, jäljitellen.²⁵⁸

Laadun lisäksi matkamuiston tuli olla käytännöllinen, sillä toimikunnan mukaan erityisesti kokeneet eli ”sivistyneet” matkailijat arvostivat käytännöllisyyttä yli kaiken. Esinettä tehdessä tuli myös miettiä sitä, kuinka hyvin se myy ja muita psykologisia tekijöitä. Mietinnössä kerrotaan, että ulkomailla oli tehty tutkimuksia matkamuistoesineiden markkinoinnista ja toimikunta toivoi samanlaisen toteutettavaksi myös Suomessa. ”Samalla voitaisiin myös eri kansallisuuksien, eri sukupuolta ja eri kehitystasolla olevien matkailijoiden suhtautuminen esineisiin selvittää perusteellisemmin kuin mihin toimikunnalla on ollut mahdollisuutta.”²⁵⁹ Toimikunta selkeästi ymmärsi asiakasryhmien kartoittamisen tärkeyden.

Matkamuistoesineiden laadusta huolestuneilla kotiteollisuuden ja matkailun toimijoilla oli kaiken kaikkiaan selvä käsitys siitä, miten hyvä esine olisi tullut valmistaa, mitä se merkitsi ostajalleen, mitkä asiat ohjasivat ostopäätöstä ja mitä esine merkitsi laajemmassa mittakaavassa Suomelle suotuisan maakuvan edistämiseksi. Kuten *Suomalaiset matkamuistoesineet* –kirjassa todetaan,

*Arvokkaimmat matkamuistoesineiden ominaisuuksista ovat ne, jotka kauimmin pitävät hankkijansa mielenkiinnon vireillä ja pystyvät säilyttämään esineellä matkailijan kodissa sen paikan, joka sille ensi innostuksen hetkenä on annettu. Sen takia saisivat matkamuistoesineet mielellään olla erikoisia, harvinaislaatuja ja ennennäkemättömiä. Niiden tulisi vahvistaa matkailijain parhaita käsityksiä meistä ja arvokkaasti edustaa maataamme ja kansamme kulttuuria.*²⁶⁰

4.3. Matkamuistoesinekilpailuilla laatu nousuun

Matkamuistoesineiden tärkeydestä ei vain kirjoitettu, vaan myös käytännön toimiin päästiin kotiteollisuus- ja matkailunäyttelyiden sekä matkamuistoesinekilpailujen kautta.

²⁵⁶ ”Myöskin maamme kotiteollisuusväki valmistautuu olympiakisoja varten.” *Länsi-Savo* 9.3.1939.

²⁵⁷ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 20. Ks. liite 4.

²⁵⁸ Laine, Yrjö, ”Matkamuistoesineitä ja retkeilyvarusteita”, *Kotiteollisuus* 8/1938, 106.

²⁵⁹ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 51.

²⁶⁰ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 84.

Matkamuistojen laatua yritettiin parantaa kilpailuilla. Erityisesti kotiteollisuusala järjesti matkamuistoesinekilpailuja. Varhaisin maininta esineistön kerryttämisestä ja parantamisesta kilpailun avulla on vuodelta 1907, jolloin Suomen yleinen käsateollisuusyhdistys järjesti turistiesinekilpailun.²⁶¹ 1930-luvun aikana kasvanut kiinnostus matkamuistoesineitä kohtaan johti siihen, että vuosikymmenen aikana järjestettiin poikkeuksellisen paljon matkamuistoesinekilpailuja. Valtakunnallisia kilpailuja järjestettiin ainakin neljä ja lisäksi oli pienempiä paikallisia kilpailuja.²⁶² Kilpailujen ohjeistus ja kahdesta kilpailusta säilyneet tulokset antavat matkamuistoesinetoimikunnan mietinnön ohella oivan kuvan siitä, millaisia matkamuistoja arvostettiin ja mitkä olivat niitä asioita, joita erityisesti haluttiin kehittää.

Varhaisimmat 1930-luvun matkamuistoesinekilpailut olivat toisessa luvussa mainitut Kotiteollisuusliiton ja Kotiteollisuus Oy Pirtin vuonna 1930 järjestämät kilpailut. Näistä kilpailuista on jäljellä vain kilpailujulistukset eikä kisojen tuloksista ole muuta tietoa, kuin *Suomalaiset matkamuistoesineet* -mietinnössä oleva maininta siitä, että Kotiteollisuusliiton kilpailun tulos oli heikko ja Pirtin kisan keskinkertainen.²⁶³ Kilpailujulistukset ja lehtiutisoinnit kuitenkin kertovat sen, millaisia matkamuistoja kilpailuilla haettiin.

Kotiteollisuusliiton kilpailun esineiden tuli olla visa- tai loimukoivusta valmistettuja pikkuesineitä kuten rasioita, paperi- ja kynäveitsiä, kirjanmerkkejä ja savukekoteiloita. Tarkoituksena oli, että tuotteita voisi valmistaa laajemmin ja tilaustyönä.²⁶⁴ Kotiteollisuus Oy Pirtin julistaman kilpailun tavoite oli kotimaisten matkailuesineiden valmistustason kohottaminen. Tässäkin kisassa käytännöllisyys oli yksi lähtökohta, sillä kisaan haluttujen esineiden tuli olla pienikokoisia matkailuesineitä. Kilpailuesineitä tuomaroimassa oli varsin vaikutusvaltainen tuomaristo, johon kuului useiden sanomalehtitoimittajien lisäksi Suomen matkailijayhdistyksen sihteeri Volter Stenbäck, Koristetaiteilijain Liitto Ornamosta arkkitehti Rafael Blomstedt ja taiteilija Henry Ericsson, kotiteollisuuden ylitarkastaja Lauri Kuoppamäki sekä Pirtin johtokunnasta tohtorinrouva Ellinor Ivalo ja johtaja Bj. Hagert.²⁶⁵ Kisan tuomariston kokoonpano kertoo, että tuotteiden kehittäminen oli järjestöille tärkeää jo 1930-luvun alussa.

²⁶¹ ”Suomen yleinen käsateollisuusyhdistys”, *Suomalainen Kansa* 16.10.1907.

²⁶² Esimerkiksi Sortavalassa järjestetyn paikallisen kotiteollisuusnäyttelyn yhteydessä pidettiin matkamuistoesinekilpailu. ”Kotiteollisuusnäyttely Sortavalassa.” *Maaseudun tulevaisuus* 23.5.1939.

²⁶³ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 44.

²⁶⁴ ”Kilpailu visakoivusta valmistettavien matkailijamuistojen tekijöille.”, *Käsateollisuus* 3/1930, 53.

²⁶⁵ AYA, TLOA, B1:21 Kotiteollisuus Osakeyhtiö Pirtin matkamuistoesinekilpailun kilpailujulistus; ”Matkailupropaganda. Pirtti julistanut matkailuesinevalmistuksessa kilpailun.”, *Ilta-lehti* 23.4.1930. Sama tiedote ilmestyi myös kuudessa muussa lehdessä seuraavana päivänä 24.4.

Ainoa matkamuistoesinekilpailu, jonka toimintavaiheet ovat säilyneet lähes kokonaisuudessaan, on Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton järjestämä matkamuistoesine- ja retkeilyvälinekilpailukilpailu, jonka tuloksiin myös matkamuistoesinekomitea tutustui. Tästä kisasta on säilynyt palkintolautakunnan kokouksen pöytäkirja, jossa käydään läpi kilpailun tulokset. Lisäksi kilpailun tuloksista uutisoitiin useassa lehdessä.

Kuten Kotiteollisuusliiton kilpailussa aiemmin, myös tähän matkamuistoesinekilpailuun tulleiden ehdotusten tuli olla pieniä puisia esineitä, joita sai myös koristella. Kilpailun ehdoissa pyrittiin siihen, että matkamuistoesineet valmistettaisiin muun teollisuuden ylijäämämateriaalista, sillä kisassa katsottiin erityisenä etuna se, että tuote voitiin valmistaa teollisuuden käyttökeltavottomaksi katsomista jätetuupaloista. Retkeily- ja ulkoarustesarjassa ei annettu määräyksiä siitä, mistä materiaalista ehdotukset tuli tehdä, mutta kerrottiin, että erityistä huomiota kiinnitettäisiin retkeilysauvoihin, selkä- ja lannereppuihin, retkeilypuukkoihin, juomakulhoihin, käsineisiin, vöihin, päähineisiin ja kaulaliinoihin.²⁶⁶

Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton kilpailussa oli arvovaltainen tuomaristo, johon kuuluivat Suomen Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton edustajina Yrjö Laine ja naiskotiteollisuuden tarkastaja Anna Henriksson. Koristetaiteilijainliitto Ornomoa edustivat koristetaiteilija Lisa Johansson ja Kurt Ekholmin varamiehenä sisustusarkkitehti Runar Engblom. Suomen Taideteollisuusyhdistyksestä oli tuomaristoon valittu arkkitehti Rafael Blomstedt ja intendentti Arttu Brummer, ja retkeilyasiantuntijoina tuomaristossa olivat prokuristi Pyy Arvela ja kamreeri K. Kaikusaari.²⁶⁷ Kuten tuomariston kokoonpanosta huomaa, se muodostui yhä useammalta eri taholta tulevista toimijoista. Vaikuttaa siltä, että kotiteollisuuden yritykset kiinnittää yhä laajemman ryhmän huomio matkamuistoesineisiin oli kantamassa hedelmää. Jopa valtion suunnalta osoitettiin kiinnostusta esineiden kehittämiseen, sillä valtio antoi Keskusliitolle kilpailun palkintorahat 10 000 markkaa.²⁶⁸ Kilpailun tulokset saivat myös poikkeuksellisen paljon julkisuutta, sillä Yrjö Laineen asiasta kirjoittama artikkeli ilmestyi *Kotiteollisuuden* lisäksi *Kotiliedessä* ja *Retkeilijässä*. Asiasta uutisoitiin myös *Suomen Kuvalehdessä*, *Helsingin Sanomissa*, *Maaseudun Tulevaisuudessa* sekä *Suomen Sosialidemokraatissa*.²⁶⁹

²⁶⁶ Kotiteollisuus 6/1938, 17.

²⁶⁷ SKM, KTLK, C.7. Valtuuskunnan pöytäkirja 15.11.1938, liite: Matkamuistoesine sekä retkeily- ja ulkoiluvälinekilpailun palkintolautakunnan kokous 26.10.1938.

²⁶⁸ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 44.

²⁶⁹ ”Matkamuistoesineitä ja retkeilyvälineitä.” *Kotiteollisuus* 8/1938, 102–110; Laine, Yrjö, ”Mitä matkamuistoesinekilpailu tuotti”, *Kotiliesi* 22/1938, 890–891; Laine, Yrjö, ”Retkeilyvälineiden mallikilpailu”, *Retkeilijä* 11–12/1938, 230–231, ”Matkamuistojen kilpailu” *Suomen Kuvalehti* 44/1938, 1712–1713;

Viimeinen 1930-luvulla toimeenpantu matkamuistoesinekilpailu oli Suomen Taideteollisuusyhdistyksen kilpailu syksyllä 1939. Kilpailun tuloksia oli tarkoitus esitellä Taideteollisuusyhdistyksen ja Ornamon Yleisessä Taideteollisuusnäyttelyssä joulukuussa 1939.²⁷⁰ Kilpailun ratkaisu kuitenkin venyi talvisodan takia kesäkuuhun 1940. Tässä vaiheessa tuloksista uutisoi enää vain *Helsingin Sanomat* ja kilpailun voittajaesineet päätyivät Taideteollisuusnäyttelyn sijaan Suomen Käsityön Ystävien käsityöliikkeen, Kotilieden Aitan, ikkunaan.²⁷¹

Taideteollisuusyhdistyksen kilpailun vaikuttimena oli olympiakesän lähestyminen ja edustavien matkamuistoesineiden puute. Kilpailukutsussa korostettiin erikseen kilpailun aiheen tärkeyttä. Tässä kilpailussa ainoa rajoite esineille oli, että niiden tuli kuulua kotimaiseen tuotantoon. Aiheen vapauden takia matkamuistoesinetoimikunta piti kilpailua puhtaasti taiteellisenä ja työteknisenä. Vaikka osanotto kilpailuun oli runsas, sanottiin suuren osan myös tähän kilpailuun tulleista esineistä olleen ala-arvoisia. Vaikka kyseessä oli Taideteollisuusyhdistyksen julistama kilpailu, palkintosijoille päässeet esineet olivat tässäkin kilpailussa enemmän koti- kuin taideteollisuutta, sillä palkittuina olivat muun muassa nahkainen punottu retkeilypuvun vyö sekä puinen kulho ja penaali.²⁷²

Matkamuistoesinekilpailut toistivat selkeästi matkamuistoesinetoimikunnan laadukkaille matkamuistoesineille asettamia vaatimuksia. Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton kilpailussa arvostettiin yleisesti esineitä, jotka olivat käytännöllisiä ja kotiteollisuudessa valmistettavaksi sopivia. Keskusliiton kilpailussa ensimmäiselle sijalle päässeet puukulho ja lautasliinarengas saivat kiitosta käytännöllisyydestä ja ansiokkaasta viimeistelystä ja laadusta. Lisäksi tekijä oli ottanut huomioon myös käytännön kysymykset eli esineet olivat matkamuistoiksi sopivan kokoiset.²⁷³

Toisen palkinnon saaneet kaksi puukauhaa keräsivät käytännöllisyyden lisäksi kiitosta siitä, että ne liittyivät selkeästi suomalaisiin esikuviin eli vastasivat asetettuihin vaatimuksiin

”Matkamuistoesine- ja retkeilyvarustekilpailu.” *Helsingin Sanomat* 29.10.1939; ”Matkamuistoesine- ja retkeilyvälinekilpailu ylitti odotukset.” *Maaseudun tulevaisuus* 29.10.1938; ”Matkamuistoesine- ja retkeilyvarustekilpailu ratkaistu.” *Suomen Sosialidemokraatti* 30.10.1938, 13.

²⁷⁰ AYA, STYA, Arttu Brummerin kotoa löytynyt arkistoaineisto, F. ”Matkamuistoesineitten sommittelukilpailu.”; ”Yleinen Taideteollisuusnäyttely” *Suomen Sosialidemokraatti* 9.11.1939; ”Taidepalsta” *Uusi Suomi* 9.11.1939.

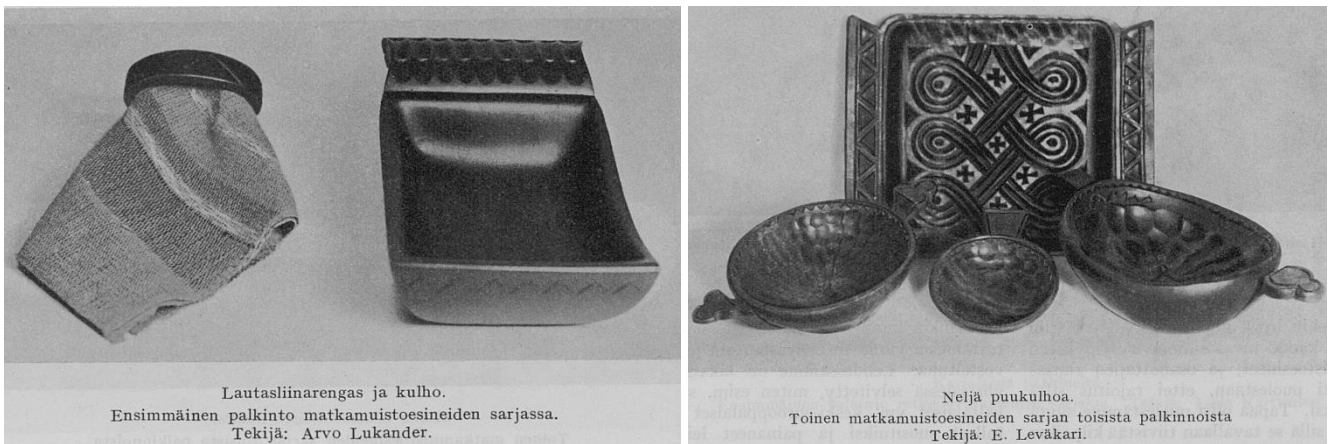
²⁷¹ AYA, STYA, Arttu Brummerin kotoa löytynyt arkistoaineisto, F. ”Tävlingen för turistminnen.”; ”Matkamuistoesineitten kilpailu”, *Helsingin Sanomat* 9.6.1940.

²⁷² AYA, STYA, Arttu Brummerin kotoa löytynyt arkistoaineisto, F. ”Tävlingen för turistminnen.”; *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 46–47.

²⁷³ SKM, KTLK, C.7. Valtuuskunnan pöytäkirja 15.11.1938, liite: Matkamuistoesine sekä retkeily- ja ulkoiluvarustekilpailun palkintolautakunnan kokous 26.10.1938. Ks. liite 5.

matkamuistojen kansanomaisuudesta. Jaetulle toiselle sijalle yltäneet puukulhot olivat tuomariston mielestä ihailtavan suomalaissävyisiä. Kolmannelle sijalle kisassa päässyt koristemaalattu kopsa taas oli ansiokas siinä, että vaikka se selkeästi oli kansanomainen työ, oli tekijä jättänyt siihen myös oman aikansa jäljen. Kehotuspalkinnoille päässeet näkinkenkäuorinen puurasia, savukerasia ja nappo olivat myös ansiokkaita, koska olivat sopivankokoisia ja käyttöesineitä. Nappo sai erityismaininnan siitä, että se muistutti pohjoissuomalaisia poronlypsykuppeja.²⁷⁴ Tällaisena se vetosi yleisöön erikoisuudellaan eli vastasi erityisen hyvin myös haluttuihin psykologisiin vaikutustekijöihin.

Liite 5: Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton matkamuistoesinekilpailun voittaneet lautasliinarengas ja kulho. Laine, Yrjö, ”Matkamuistoesineitä ja retkeilyvälineitä”, *Kotiteollisuus* 8/1938, 103



Liite 6: Neljä puukulhoa, jotka Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton matkamuistoesinekilpailussa pääsivät jaetulle 2. sijalle. Laine, Yrjö, ”Matkamuistoesineitä ja retkeilyvälineitä”, *Kotiteollisuus* 8/1938, 105.

Myös retkeilyvälinesarjan palkitut esineet olivat esitettyjen vaatimusten mukaisia. Tässä sarjassa ensimmäiselle sijalle valittiin sarja hattuja, jotka oli koristeltu karjalaisin kirjonnoin eli päähineet olivat kansanomaisuuden lisäksi myös paikallissävyiset. Sekä toiseksi että kolmanneksi päässeet esineet olivat neulottuja retkeilyvarusteita eli päähineitä, huiveja, sukkia ja lapasia. Näissäkin käytännöllisyys oli eniten arvostettu piirre. Tässä sarjassa kehotuspalkinnoille pääsivät puukko sekä kansanomaisen värikkäät kirjovyöt.²⁷⁵

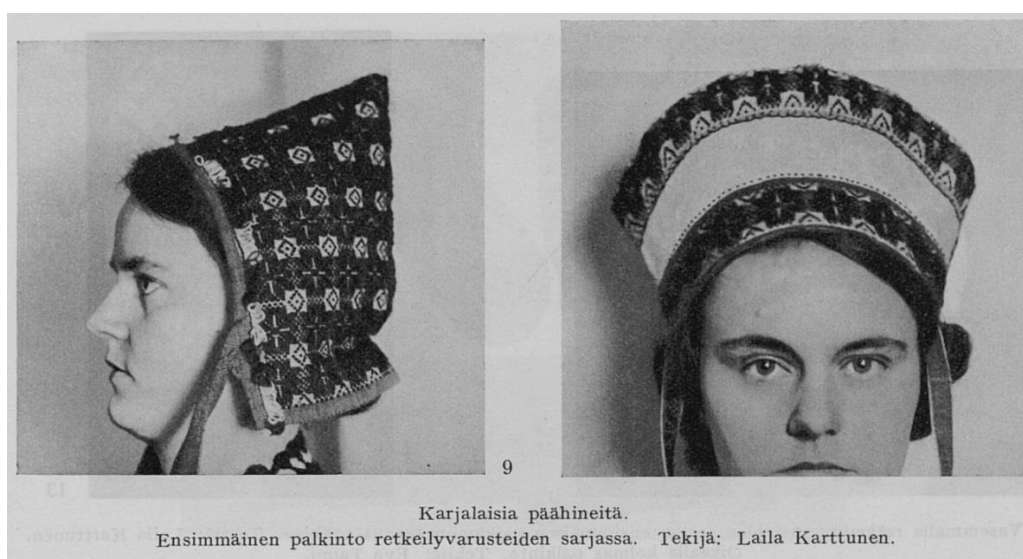
Kilpailuja yritettiin käyttää matkamuistojen laadun parantamiseen ja yleisen maun ohjaamiseen haluttuun suuntaan. Ostavan yleisön vääränlainen maku oli yksi seikka, joka huoletti

²⁷⁴ SKM, KTLK, C.7. Valtuuskunnan pöytäkirja 15.11.1938, liite: Matkamuistoesine sekä retkeily- ja ulkoiluvälinekilpailun palkintolautakunnan kokous 26.10.1938. Ks. liite 6.

²⁷⁵ SKM, KTLK, C.7. Valtuuskunnan pöytäkirja 15.11.1938, liite: Matkamuistoesine sekä retkeily- ja ulkoiluvälinekilpailun palkintolautakunnan kokous 26.10.1938. Ks. liitteet 7 ja 8.

matkamuistoista kiinnostuneiden mieliä ja yleisön huono maku nähtiin syynä siihen, että huonosti valmistettu rihkama valtasi alaa.²⁷⁶ Siksi olisi ollut tarpeen esineiden laatutason parantamisen ja tiukemman valvonnan lisäksi valistaa yleisöä. Tämä olisi tapahtunut esimerkiksi hyviä matkamuistoja esittelevin esittein ja merkitsemällä hyvät kotiteollisuustuotteet alkuperämerkinnällä. Näillä toimin uskottiin, että ostajien maku olisi vähitellen kääntynyt parempaan suuntaan ja rihkaman myynti vähentynyt.²⁷⁷

Hyviin matkamuistoesineisiin liittyvät piirteet kertovat paljon siitä, millaista Suomi-kuvaa niiden ajateltiin edustavan ja olemassaolollaan luovan. Tähän puoleen paneudun tarkemmin seuraavassa luvussa.



Liite 7: Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton retkeilyvälinekilpailussa ensimmäisen palkinnon voittaneet päähineet. Laine, Yrjö, ”Matkamuistoesineitä ja retkeilyvälineitä”, *Kotiteollisuus* 8/1938, 107

Liite 8: Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton retkeilyvälinekilpailun toinen jaetulle 2. sijalle päässeistä töistä. Laine, Yrjö, ”Matkamuistoesineitä ja retkeilyvälineitä”, *Kotiteollisuus* 8/1938, 109.

²⁷⁶ Laine, Yrjö ”Matkamuistoesineitä ja retkeilyvarusteita”, *Kotiteollisuus* 8/1938, 103.

²⁷⁷ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 78.

5. Matkamuistoesineet Suomi-propagandan palveluksessa

5.1. Sivistysvaltion laadukkaat matkamuistot

Vaikka matkamuistoesineiden ensisijainen yleisö olivat ulkomailta Suomeen saapuneet matkailijat, kuvaavat matkamuistoesineet sitä, mitä Suomen sisällä ajateltiin suomalaisuudesta ja mitä piirteitä pidettiin niin arvokkaina ja keskeisinä, että ne tuli esitellä myös ulkomaalaisille. Matkamuistoesinetoimikunta ja ajan lehtikirjoittelu tarjoavat mahdollisuuden tarkastella matkamuistojen kautta ilmeneviä käsityksiä suomalaisuudesta tarkemmin.

Matkamuistoesineinä myytyjen tuotteiden koettiin olevan niin huonolaatuisia, että ne välittivät Suomesta epäedullista kuvaa maailmalle. Matkamuistoesineistä huolestuneet pitivät esineiden laadun parantamista erittäin tärkeänä tehtävänä Suomen ja suomalaisen kotiteollisuuden maineen kannalta. Yrjö Laine nosti asian jopa kansalliseksi kulttuuritehtäväksi.²⁷⁸ Jos Suomi halusi yltää sivistysmaiksi kutsuttujen valtioiden tasolle, tuli työtä tehdä matkamuistoesineistön parantamiseksi. Esineiden tuli näyttää, että suomalaisilla oli oma kulttuurinsa ja historiansa, joista ammentaa. Suomalaisten olisi ollut syytä ottaa mallia maista joissa jo ymmärrettiin matkailijoille myytyjen esineiden merkitys maakuvan osana.²⁷⁹

Positiivinen Suomi-kuva levisi maailmalle laadukkaiden ja aitojen matkamuistojen avulla. Toimikunnan mielestä kansatieteellisesti ja esteettisesti edustavat matkamuistot olivat parhaita Suomi-kuvaa levittäviä esineitä. Tällaisten matkamuistojen sanottiin pitävän matkailijoiden mielenkiinnon yllä, ja olevan omistajalleen tärkeitä. Sellaisina ne asetettiin kotona arvokkaille paikoille ja siten jatkoivat maan mainostamista vielä matkailijan kotona.²⁸⁰ Matkamuistoesineet olivat konkreettisia todisteita suomalaisten kyvykkyydestä. Matkamuistoesinetoimikunta perusteli näkemystään seuraavasti:

*Kun matkamuistoesine viedään ikään kuin todistuskappaleeksi siitä maasta, kansasta ja kulttuurista, johon matkailija on tutustunut, on toiselta puolen tarjona vaara, että epätaiteelliset ja kansatieteellisesti arvottomat esineet antavat kulttuurimme kehitystasosta ja kansamme mentaliteetista epäedullisia käsityksiä. On sen vuoksi matkailupropagandankin kannalta tärkeätä, etteivät huonot ja mauttomat matkamuistoesineet pääse pilaamaan maamme mainetta.*²⁸¹

²⁷⁸ ”Matkailumuistoesineet taiteellisen kontrollin alaisiksi.” *Helsingin Sanomat* 24.10.1937.

²⁷⁹ Karttunen, Laila, ”On kaunista muualla – mutta onpa meillä itsellämmekin...” *Hopeapeili* 1/1938, 20.

²⁸⁰ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 12–13; Karttunen, Laila, ”On kaunista muualla – mutta onpa meillä itsellämmekin...” *Hopeapeili* 1/1938, 20.

²⁸¹ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 13.

Kotiteollisuuden ja maan omien perinteiden arvostaminen yhdistyi sivistyneen kansakunnan merkiksi. Yrjö Laine toteaa *Kotiteollisuudessa* ilmestyneessä artikkelissaan, että

*Ulkomaalaisten valistaminen maamme ja kansamme tuntemuksen lisäämiseksi on rakennettava terveelle perustalle eikä suinkaan sille, että kaikessa häpeämme menneisyyttämme, sillä kansa, joka ei tunnusta menneisyyttään, ei liioin pysty rakentamaan tulevaisuuttakaan.*²⁸²

Kansankulttuurin elinvoimaisena pitäminen oli osoitus, että myös suomalaiset olivat sivistyskansa ja Suomi kehittynyt valtio. Korostamalla kansankulttuurin ylläpitämisen ja sivistyneen kansan välistä yhteyttä suomalaiset yritettiin saada arvostamaan omaa menneisyyttään sen sijaan, että suuntauduttaisiin liikaa ulkomaille, niin kuin kotiteollisuuspiireissä pelättiin olevan tapahtumassa. Aiheesta *Kotiteollisuus*-lehteen kirjoittanut arkkitehti Toivo Salervo – joka 1940-luvulla toimi Maataloushallituksessa kotiteollisuusneuvoksena – kirjoitti:

*Jos nykyiseen suuntaan jatketaan, kuljetaan kansallisen omalaatuisuuden ja kansallisen erikoistehtävämme loppua kohti. Vain uskollisina perinteillemme ja niitä kehittämällä voimme jollakin alalla yleisinhimillistä sivistystä rikastuttaa ja siten saada oikeuden pysyä sivistyskansana kansakuntien joukossa.*²⁸³

Suomalaisilla oli mahdollisuus rikastuttaa koko maailmaa oman kulttuurinsa tuotteilla ja vain tällä tavalla suomalaiset myös saivat oikeuden nousta ja pysyä sivistyskansojen joukossa.

Matkamuistoesineiden heikkolaatuisuus ja niiden kokeminen huonosti Suomea edustavaksi herättivät kiinnostusta myös muissa lehdissä kuin *Kotiteollisuudessa*. Esimerkiksi *Uudessa Suomessa* ja *Seurassa* ilmestyi lukijoiden mielipidekirjoitukset aiheesta ja *Hopeapeilissä* ja *Kotiliedessä* aihetta käsiteltiin omissa artikkeleissaan.²⁸⁴ Kiinnostuksesta matkamuistoesineitä kohtaan kertovat myös lehdissä ilmestyneet uutiset matkamuistoesinetoimikunnan perustamisesta ja Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton matkamuistoesinekilpailun tuloksista.

Vaikka keskustelu matkamuistoesineistä lisääntyi 1930-luvun aikana, kotiteollisuuden näkökulmasta näytti edelleen siltä, että ala ei saanut matkailupropagandan osana ansaitsemaansa arvostusta. Siksi kotiteollisuuspiirit pyrkivät kehittämään alan edellytyksiä ja tuotteiden laatua, jotta myös muut olisivat ymmärtäneet sen merkityksen suomalaisuuden

²⁸² Laine, Yrjö, ”Vanhojen käsitöiden jäljentämisestä”, *Kotiteollisuus* 7/1938, 85.

²⁸³ Salervo, Toivo ”Perinteiden säilyttämisestä kotiteollisuudessa.” *Kotiteollisuus* 10/1938, 129. Myös Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton valtuuskunnan puheenjohtaja G. Hirvensalo puhui Kotiteollisuuspäivillä vuonna 1939 siitä, kuinka Suomen kansa kotiteollisuudellaan kohottaa koko ihmiskunnan sivistyspääomaa. ”Kotiteollisuuspäivät 26-26 p maaliskuuta 1939.” *Kotiteollisuus* 4/1939, 46.

²⁸⁴ ”Virsu-kulttuuria.” *Uusi Suomi* 1.8.1938; ”Matkamuistoesineet.” *Seura* 31/1939, 30; Karttunen, Laila, ”On kaunista muualla – mutta onpa meillä itsellämmekin...” *Hopeapeili* 1/1938, 20; ”Kotilieden edustaja käy matkailumessuilla: Matkustajan koti”, *Kotiliesi* 18/1936, 38.

luomisessa. Matkamuistoesinetoimikunta mainitsi, että arvostusta kotiteollisuutta ja sen tuotteita kohtaan olisi voitu lisätä valistamalla niin tekijöitä kuin ostavaa yleisöä.²⁸⁵ Yksi valistamiskeino oli laadukkaista kotiteollisuustuotteista muodostettu näytekokoelma. Suunnitelmia kokoelman aikaansaamiseksi oli sekä Helsinkiin että kotiteollisuuden vientiyritysten yhteydessä New Yorkiin.²⁸⁶ Suunnitelmat eivät kuitenkaan edenneet toteuttamisvaiheeseen. Kotiteollisuudella ei ollut minkäänlaista näyttelykokoelmaa esillä vuoden 1933 jälkeen, jolloin myös kotiteollisuusmuseon kokoelmat pakattiin ja varastoitiin näyttelytilojen puutteen takia.²⁸⁷ 1930-luvun loppupuolella, kun kotiteollisuustuotteiden ja matkamuistojen tulevaisuutta vilkkaimmin suunniteltiin, kotiteollisuudella ei ollut mallikokoelmaa, joka olisi voinut lisätä tietoutta laadukkaista kotiteollisuustuotteista.

Kotiteollisuuspiireissä tehtiin myös suunnitelmia kotiteollisuustuotteiden oman propagandajulkaisun toimittamiseksi.²⁸⁸ Julkaisun oli tarkoitus sisältää lyhyt englanninkielinen johdantoteksti ja runsaasti kuvia kotiteollisuustuotteista. Aloite julkaisun tekemiseen tuli ulkoministeriön taholta eli ministeriökin tunnusti kotiteollisuuden matkamuistoesineet arvokkaaksi osaksi maakuvan viestintää. Ulkoministeriö oli lupautunut lunastamaan propagandajulkaisua 9000 kappaletta, mikä kertoo, että kyseessä oli kohtalaisen suuri panostus myös ulkoministeriön taholta.²⁸⁹

Kotiteollisuuden propagandajulkaisua ei lopulta toimitettu, mutta kotiteollisuus pääsi mukaan Suomi-propagandan yleisjulkaisuihin. Yleisön valistusyritykseksi voi lukea kotiteollisuuden mukanaolon esimerkiksi maakuvan viestintää varten vuosina 1936 ja 1939 julkaistuissa *Finland Yearbook* -kirjoissa, jotka koostuivat eri alojen asiantuntijoiden kirjoittamista artikkeleista.²⁹⁰ Näihin kirjoihin otettiin mukaan suomalaisen kulttuurin saavutukset, jotka parhaiten esittelivät Suomea ja edistivät vientiä ja matkailua.²⁹¹ Kotiteollisuuskin oli kirjoissa mukana eli se luettiin maapropagandan osaksi. Yrjö Laineen kirjoittamissa artikkeleissa esiteltiin kotiteollisuuden pitkä historia ensimmäisistä suomalaisista lähtien ja kerrottiin, että

²⁸⁵ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 93.

²⁸⁶ SKM, KTLK, C.7. Johtokunnan pöytäkirja 19.12.1936, liite 11: ”Suomen Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliitolle.”; ”Suomen Koti- ja Pienteollisuuden vientiliitto on äskettäin tehnyt aloitteen kotiteollisuuttamme esittelevän näytekokoelman ja tuotteitten myyntiä edistävän mainosjulkaisun aikaansaamiseksi.” *Kotiteollisuus* 12/1936, 17; *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 81.

²⁸⁷ Ylönen 2003, 148.

²⁸⁸ ”Suomen Koti- ja Pienteollisuuden vientiliitto on äskettäin tehnyt aloitteen kotiteollisuuttamme esittelevän näytekokoelman ja tuotteitten myyntiä edistävän mainosjulkaisun aikaansaamiseksi.” *Kotiteollisuus* 12/1936, 17.

²⁸⁹ SKM, KTLK, M.1. ”Kotiteollisuutta esittävän propagandajulkaisun aikaansaaminen”.

²⁹⁰ Leiviskä, Iivari 1936; Leiviskä, Iivari 1939. Kirjat julkaistiin englannin lisäksi myös ainakin ranskaksi ja saksaksi.

²⁹¹ Melgin 2014, 30.

tuotteet olivat erinomaisia matkamuistoja Suomessa matkailleille laatunsa ja aidon suomalaisuutensa ansiosta. Laine myös kirjoitti siitä, kuinka tärkeä osa maaseudun elinkeinoja kotiteollisuus oli ja kuinka kotiteollisuutta kehitettiin Suomessa.²⁹² Kotiteollisuus esitettiin kirjoissa merkinä suomalaisten omasta historiasta ja kulttuurin omalaatuisuudesta. Siten se osoitti suomalaisten kyvykkyyttä kansakuntana.

5.2. Talonpoikaisen Suomen matkamuistot

Matkamuistoesinekomitealla oli selkeä käsitys siitä, että suomalaisuus oli jotain, jonka voi liittää kulttuurin konkreettisiin tuotoksiin, kuten esineisiin, ja että tietynlaiset esineet edustivat suomalaisuutta paremmin kuin toiset. Suomalaiskansallisella esinekulttuurilla oli matkamuistoesinetoimikunnan toiminta-aikaan jo historiansa, sillä tätä oli käyty luomaan 1800-luvulla osana fennomaanien pyrkimyksiä. Suomalaiskansallinen taide- ja käsityötyyli kehittyi 1870-luvun maailmannäyttelyiden myötä ja muun Skandinavian esimerkkien innoittamana. Tyylin luojaksi kutsutaan taiteilija Fanny Churbergiä ja Suomen Käsityön Ystäviä, joiden toimesta muodostui ajatus, että myös käsityöt voivat olla kansallishengen tuotoksia. Inspiraatiota haettiin maan vanhasta kansankulttuurista. Käsityön Ystävät keskittyi tekstiilitaiteen kehittämiseen kansanperinteestä mallia hakien. Erityisesti huomio kiinnittyi ryijyihin, joita myös ryhdyttiin esittelemään Suomen osastoilla maailmannäyttelyissä.²⁹³

1930-luvullakin Käsityön Ystävät keskittyi tekstiilituotteisiin, mutta yhdistyksellä oli myös vaikutuksensa matkamuistojen kehittämiseen, vaikka kovin suurta mielenkiintoa suomalaiskansallisen matkamuistoesineistön kehittämiseen ei Käsityön Ystävillä näytä lähteiden perusteella 1930-luvulla olleen. Suomen Käsityön Ystävät omisti Helsingissä taidekäsitöitä myyneen liikkeen ja vuodesta 1938 yhtiölle kuului myös Kotilieden Aitta -niminen kauppa, jossa myytiin ”kauniimpaa arkitavaraa” eli tekstiilituotteita ja kotiteollisuutta. Uuden myymälän oli tarkoitus palvella erityisesti vähempivaraista koteja. Kotilieden Aitta toimi yrityksen sivuliikkeenä pääpainon ollessa taidekäsityön myymälässä. Kotilieden Aitassa myytiin taiteellistakin tavaraa, esimerkiksi ”taiteellisesti arvokkaita matkamuistoesineitä”.²⁹⁴ Tarkempaa tietoa liikkeen myymistä matkamuistoista ei ole säilynyt.²⁹⁵

²⁹² Laine 1936; Laine 1939.

²⁹³ Priha 1999, 191; Smeds 1996, 172–175.

²⁹⁴ KA, SKYA, C:7, johtokunnan pöytäkirja 25.4.1938: liite 1. ”Kotilieden Aitta”; Priha 1999, 33.

²⁹⁵ SKY:n arkistosta löytyvät päämyymälän inventarioluettelot, mutta Kotilieden Aitan ei. Kenties tämäkin kertoo siitä, että liikkeeseen suhtauduttiin vähemmällä mielenkiinnolla kuin päämyymälään.

Matkamuuistoiesineistä, niiden laadusta tai kehittämistä ei Suomen Käsiyön Ystävien johtokunnan kokousten pöytäkirjojen perusteella ole keskusteltu, eikä yhdistys ole näyttelyissäänkään esitellyt muuta kuin ryijyjä ja kirkollisia tekstiilejä.²⁹⁶ Suurin panos matkamuuistoiesineistön kehittämiseen oli Käsiyön Ystävien kutomonjohtajalla, Laila Karttusella, joka otti osaa Suomen Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton järjestämään retkeilyvarustekilpailuun voittaen sen karjalaisilla päähineillään. Karttunen myös kirjoitti *Hopeapeiliin* matkamuuistoiesineiden tilaa käsitelleen artikkelin.²⁹⁷ Karttusen lisäksi Käsiyön Ystäväissä ei vaikuta olleen matkamuuistoiesineiden kehittämistä kiinnostuneita henkilöitä. Vaikka yhdistys oli ollut luomassa suomalaiskansallista esinekulttuuria, ei mielenkiintoa matkamuuistoiesineistön kehittämiseen 1930-luvulla löytynyt.²⁹⁸ Käsiyön Ystävien toiminta oli keskittynyt taidekäsiyöhön eli ammattimaisesti tehtyyn käsiyöhön. Siten sen tehtäviin ei kuulunut kotiteollisuuden ja sen puitteissa valmistettujen esineiden kehittäminen.

Suomesta ulkomaalaisille näytettyihin esineisiin liittyneet käsiykset suomalaisuudesta herättivät keskustelua myös 1920-luvun puolella. Vuonna 1927 kirjoitettiin suomalaisiin suksiin ja puukkoihin liittyen, että ”yhtä ja toista on meillä suomalaisillakin sellaista aineelliseen kulttuuriin kuuluvaa, jota voimme ulkomaalaiselle näyttää ja sanoa: tämä on suomalaista, tälle me olemme antaneet oman leimamme.”²⁹⁹ Sukset ja puukot kertoivat siitä, että suomalaisuus oli jotain muista poikkeavaa, jonka saattoi nähdä myös suomalaisissa esineissä. Nämä suomalaista leimaa kantaneet esineet haluttiin 1930-luvulla valjastaa maapropagandan käyttöön ja tehdä niistä matkamuuistoiesineitä, joiden avulla suomalaisuuden erikoisuus pääsisi myös maailman tietoisuuteen.

Matkamuuistoista ja kotiteollisuudesta kirjoittaneiden mielestä suomalaisten oli osoitettava arvostavansa kansankulttuuria, jotta maata voitiin kutsua sivistyneeksi. Pelkkä kansankulttuurin arvostus ei kuitenkaan riittänyt, vaan oli lisäksi tärkeää, että jokaisen paikkakunnan ja maakunnan oma perinne ja historia sai osansa arvostuksesta. Tässä suomalaisilla oli vielä kehitettävää, kuten *Kotiteollisuus*-lehden maaliskuun 1939 numerosta käy ilmi: ”Kun muut maat esittävät matkailijoille kansanelämänsä maan eri osissa - -, ei meillä lappalaisten lisäksi ole muista maakunnistamme vielä tähän mennessä löydetty juuri mitään

²⁹⁶ KA, SKYA, C:7; H:23.

²⁹⁷ Karttunen, Laila, ”On kaunista muualla – mutta onpa meillä itsellämmekin...” *Hopeapeili* 1/1938, 20–21.

²⁹⁸ Tarkemmin Suomen Käsiyön Ystävien toiminnasta: Priha 1999.

²⁹⁹ ”Suksen synty”, esim. Forssan Lehti 28.1.1927. Sama artikkeli ilmestyi 18 lehdessä, lähes kaikissa osana ”Suomen hiihtopäivän” uutisointia.

näytettävää. - - meillä ei vielä tajuta matkailun arvoa eräänä kulttuurityömuotona.”³⁰⁰ Tässäkin tapauksessa korostuu muiden maiden Suomelle näyttämä esimerkki työn järjestämisessä ja se, että paikallisuuden ja kansanomaisuuden vaaliminen olivat matkailun osana kulttuurityön muotoja eli merkki suomalaisten sivistyksestä.

Kiinnostus paikallisuutta ja kansankulttuuria kohtaan ei ollut vain kotiteollisuuden asia, vaan yleinen aatevirtaus 1920- ja 1930-luvun Suomessa. Erityisen läheisesti paikallisuus ja kansanomaisuus liittyivät talonpoikaisuuden ihanteisiin ja kotiseutuliikkeen voimistumiseen, joiden kasvu seurasi osittain vastareaktion ajan kehitykselle, joka kulki yhä enemmän kohti yhtenäiskulttuuria. Vaikka suurin osa suomalaisista vielä saikin elantonsa maa- ja metsätaloudesta, kaupunkien väkimäärä kasvoi nopeammin kuin maaseudun, ja kaupunkien kulttuurivaikutteet levisivät entistä nopeammin maaseudulle. Kulttuurivaikutteet, siirtyminen pois omavaraisuudesta, väestön lisääntynyt liikkuvuus, yhtenäiset koulut, kirjat ja sanomalehdet sekä maaseudun uudet kaupat, uutuustuotteiden mainokset ja kehittyvä kulutuskulttuuri nopeuttivat kansankulttuurin alueellisten erojen häviämistä ja kulttuurin yhtenäistymistä. Omalaatuisen kansankulttuurin pelättiin häviävän ulkopuolisten vaikutteiden seurauksena.³⁰¹ Tämä kehitys herätti pelkoa myös kotiteollisuusjärjestöissä.³⁰² Kehityksen merkinä oltiin jo huomattu, että paljon perinteistä kansantaidetta ja -käsityötä oli katoamassa.³⁰³ Markkinoille oli tullut ulkomaalaisia tuotteita ja kotimaisten tuotteiden laatutaso oli heikentynyt eivätkä ne enää olleet yhtä omaperäisiä kuin aiemmin. Tuotteiden suomalainen erikoisuus oli katoamassa.

Nopeasti modernisoituvan yhteiskunnan muutosten vastareaktion paikkakunnan oma historia ja perinteet haluttiin tallentaa ja pitää elävänä. Maaseudun kulttuuri nostettiin keskeiseksi ja alueen historia kansaa yhdistäväksi tekijäksi. Kotiseututyön tarkoituksena oli vahvistaa ja korostaa menneen, nykyhetken ja tulevaisuuden välistä jatkuvuutta sekä yhteisöjen että yksilöiden tasolla. Talonpoikaisuudesta tuli suomalaiskansallisen kulttuurin pohja, jonka kautta entisajan elämästä ja tavoista saatiin elinvoimaa nykyaikaan ja kulttuuriin.³⁰⁴ Useat erilliset toimijat tekivät kotiseututyötä muun muassa keräämällä maaseudun perinteisen elämäntavan ominaispiirteitä talteen tulevia sukupolvia varten. Paikallisia kotiseutuyhdistyksiä ja -museoita perustettiin, ja nuorisoseurat ja ylioppilaskunnat tekivät kotiseutututkimusta. Vuonna 1938

³⁰⁰ ”Matkailuohjelmien monipuolistuttaminen mm. kotiteollisuusteollisuusyhdistysten myötävaikutuksella.” *Kotiteollisuus* 3/1939, 25.

³⁰¹ Stenfors 2007, 195, 198, Valtonen 2018, 45–46.

³⁰² Ylönen 2003, 108.

³⁰³ Laine, Yrjö, ”Kotiteollisuus ja matkailu”, *Kotiteollisuus* 4/1937, 46.

³⁰⁴ Stenfors 2007, 217, 376.

perustettiin Kansatieteellinen Filmi -yhtiön johdon aloitteesta valtakunnallinen Talonpoikauskulttuurisäätiö työskentelemään talonpoikauskulttuurin hyväksi.³⁰⁵

Samaan aikaan 1920-luvulta lähtien perustetut maakuntaliitot loivat kotiseutua suuremmalla tasolla suomalaisiin maakuntahenkeä. Ajatuksena oli kotiseudun ja maakunnan kautta kasvattaa isänmaallisuutta koko suurta kotimaata kohtaan.³⁰⁶ Samaa teki myös kotimaanmatkailu. Kotimaisia ja ulkomaisia matkailijoita varten luotu matkailukuvasto tuki maakunnallisten identiteettien muodostumista ja alueelliset erot nostettiin kansalliseksi ylpeydenaiheeksi.³⁰⁷ Kuntien, kaupunkien ja maakuntien alkaessa mainostaa omia matkailuedellytyksiään ja erikoisuuksiaan matkailukuvasto laajeni pitämään sisällään muutakin, kuin pääkaupungin ja Suomen luonnon. Maakunnalliset ja paikkakunnalliset erot tulivat suomalaisille entistä selvemmiksi, kun kotimaanmatkailu yleistyi vapaa-ajan lisääntymisen ja parantuneiden liikenneyhteyksien myötä.³⁰⁸

Kotiteollisuuden kannalta maakunnallisuus ja alueiden erot olivat tärkeitä suomalaisuuden osia. *Kotiteollisuus*-lehdessä nostettiin esiin, että kaikki Suomen alueet loivat oman sävelensä suomalaiseen kulttuuriin. Nämä erot olivat tärkeä osa suomalaisuuden muodostumista: ”- - kansan ollakseen vahvaa täytyy löytää voimansa omista heimollisista eroavaisuuksistaan tunteakseen kuuluvansa erottamattomana osana kansakuntaansa”.³⁰⁹ Kuten matkailukuvastossa, myös kotiteollisuudessa maakunnallisuudesta tuli suomalaisten ylpeydenaihe. Siksi oli tärkeää pitää paikkakunnalliset erot voimissaan.

Omalaatuisen kulttuurin elvyttäminen ja säilyttäminen olivat matkamuistoesinetoimikunnan keskeinen tavoite. Siihen pyrittiin korostamalla ja kehittämällä esineiden paikallisuutta ja kansallissävyä. Kotiseututyö nähtiin erityisen tärkeänä juuri matkamuistoesineiden kehittämisen kannalta, sillä se tarjosi avun, kun jokaiselle paikkakunnalle luotiin omat matkamuistoesineet. Kuten edellisessä luvussa mainitsin, toimikunta korosti, että jokaisella paikkakunnalla tuli olla omat matkamuistoesineensä, sillä näin matkailijoiden mielenkiinto olisi pidetty yllä koko matkan ajan. Paikalliset matkamuistot olivat erityisen tärkeitä kotimaisten matkailijoiden takia. Matkailun suosion kasvun johdosta jokaisella paikkakunnalla olisi pitänyt miettiä omia erityispiirteitä sekä kehittää ja rikastuttaa niitä.³¹⁰ Paikallisten

³⁰⁵ Stenfors 2007, 198, 215–217, 375.

³⁰⁶ Stenfors 2007, 223, 378.

³⁰⁷ Jokela 2014, 38.

³⁰⁸ Ahlström-Taavitsainen & Enegren, & Londen & Palanterä & Simons & Westö 2007, 52; Hirn & Markkanen 1987, 214, 242.

³⁰⁹ Laine, Yrjö, ”Kansallisesta ja kansainvälisestä kotiteollisuudesta”, *Kotiteollisuus* 8/1939, 97.

³¹⁰ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 52.

tuotteiden kehittäminen oli saatava nopeasti alkuun ja ” - - paikkakunnallinen omanarvontunto esim. paikallisten yhdistysten toimesta herätettävä pitämään huolta pitäjän tai maakunnan erikoisuuksista ja kehittämään näitä erikoispiirteitä edelleen.”³¹¹ Matkamuistoesinetoimikunnalla oli selkeä toive saada aikaiseksi yhteistyötä kotiseutuyhdistysten kanssa paikallisten matkailuolosuhteiden kehittämiseksi.

Matkamuistoesinetoimikunnan toiminta osui paikallisuuden kannalta otolliseen aikaan, sillä yhä epävakammaksi käyneen maailmanpoliittisen tilanteen takia kiinnostus maan sisäistä kulttuuria kohtaan nousi 1930-luvun loppua kohden.³¹² Siten myös kiinnostus kotiteollisuuden ylläpitämään kansankulttuuria kohtaan olisi voinut nousta. Vuosikymmenen lopulla kansallismielisyys liittyi kuitenkin yhä vahvemmin maanpuolustukseen ja muut piirteet jäivät johtavien kansallismielisten piirien huomion ulkopuolelle.³¹³ Kotiteollisuus, joka jo muutenkin oli pienen ryhmän huomion kohteena, jäi muuttuvassa tilanteessa kehityksen laitamille. Siksi oli tärkeää löytää kotiteollisuustyölle uusia yhteistyötahoja, joiden kautta kotiteollisuus olisi saatu jälleen huomion kohteeksi. Kotiseutuliike tarjosi tähän mahdollisuuden.

Maakunta-ajattelulla, kotiseututyöllä ja kotiteollisuudella oli ajatusmaailmoissaan varsin paljon yhteistä 1930-luvulla, sillä kaikki nämä olivat huolissaan Suomen omalaatuisen kulttuurin säilymisestä. Yhteistyötä tahojen välillä ei kuitenkaan juurikaan tehty ennen kuin vasta vuosikymmenen lopulla. Yrjö Laine kirjoitti *Kotiteollisuus*-lehdessä vuonna 1937 siitä, kuinka matkailuliikenteen, kotiteollisuuden ja kotiseutuharrastuksen olisi tehtävä kiinteää yhteistyötä matkamuistoesineiden kehittämiseksi.³¹⁴ Valtion kotiteollisuustarkastajana toiminut Laine kutsuttiin vuonna 1939 Talonpoikauskulttuurisäätiön jäseneksi ja kotiseutujärjestöt ottivat ensimmäistä kertaa osaa kotiteollisuusalan toimijat ja yhdistykset yhdistäneisiin Kotiteollisuuspäiviin.³¹⁵

Lähestyvät olympialaiset lisäsivät 1930-luvun viimeisinä vuosina kiinnostusta järjestöjen väliseen yhteistyöhön ja kotiteollisuuspäivillä esitettiinkin, että kotiteollisuuden, kotiseutuyhdistysten, maakuntaliittojen ja kaupunkien kiltojen yhteistyöllä kansanelämää olisi voitu näyttää olympiamatkailijoille aivan uudella tavalla.³¹⁶ Kotiteollisuuspäivillä pitämässään puheessa kansatieteilijä Kustaa Vilkuna nosti kotiteollisuuden tärkeäksi kotiseututyön

³¹¹ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 53.

³¹² Stenfors 2007, 198, Melgin 2014, 49, 53.

³¹³ Valtonen 2018, 10.

³¹⁴ Laine, Yrjö, ”Kotiteollisuus ja matkailu”, *Kotiteollisuus* 4/1937, 48.

³¹⁵ ”Kotiteollisuuspäivät”, *Kotiteollisuus* 2/1939, 13. Stenfors 2007, 217.

³¹⁶ ”Kotiteollisuuspäivät”, *Kotiteollisuus* 2/1939, 13; ”Matkailuohjelmien monipuolistuttaminen mm. kotiteollisuusyhdistysten myötävaikutuksella” *Kotiteollisuus* 3/1939, 25.

yhteistyötekijäksi, koska ”- - mikään muu aineellisen elämän puoli ei luo siinä määrin omaa paikallisväriä kuin juuri kotiteollisuus.”³¹⁷ Kotiteollisuus ja perinteiset käsityötaidot tuli säilyttää elävinä, sillä niiden häviäminen olisi tarkoittanut, että suomalaisesta kulttuurista olisi hävinnyt se osa, joka oli omaperäisintä ja vaalimisen arvoista.³¹⁸ Tämän omaperäisyyden takia kotiteollisuuden tuotteet olivat myös täydellisiä matkamuistoiksi, sillä matkamuistojen tuli osoittaa suomalaisten erityisyys.

Kotiseutuliikkeen lisäksi kotiteollisuuden suhde kansatieteeseen tiivistyi entisestään, sillä kansatiede tarjosi avun, kun häviämässä olleita käsityötaitoja yritettiin elvyttää.³¹⁹ Kansatieteen ja kotiteollisuuden välinen yhteys näkyi erityisen hyvin paikallisen kulttuurin korostamisena matkamuistoesineitä luotaessa. Sekä matkamuistoesinetoimikunnan mietinnössä, että *Kotiteollisuus*-lehdessä esitettiin useita pitkiä ja tarkkoja listauksia siitä, mitä kaikkia perinteisiä paikallisia kansantöitä Suomen eri puolilta jo löytyi matkamuistoina hyödynnettäviksi. Listoille pääsivät esimerkiksi Rauman ja Orimattilan pitsit, Siikajoen juurikorit, Lounais-Suomen sarvityöt, varsinaissuomalainen kousa, Kuortaneen kudokset, satakuntalaiset olkikoristeiset lippaat, Keski-Pohjanmaan fransut, Vakka-Suomen puuvakat, Kymenlaakson kirjonauhat, joutsenolaiset reikäompeleet, sakkijärveläiset katajaiset koristeastiat, keskisuomalaiset ja pohjoissavolaiset tuohiteokset, pohjoiskarjalaiset puuvakkaset ja Lapin kotaraanut.³²⁰ Näissä listauksissa näkyy selkeästi kansatieteellinen tapa jaotella Suomen alueen kulttuuria hyvin tarkasti maakunta- ja paikkakunta-kohtaisesti. Vuoden 1939 Kotiteollisuuspäivillä todettiinkin kotiteollisuuden työskentelevän tieteellisellä eli kansatieteellisellä pohjalla.³²¹

Matkamuistoesinekomitealle paikallisuus oli niin tärkeä osa matkamuistoja, että sen mukaan kotiteollisuuden ei tarvinnut olla samanlaista edes saman paikkakunnan sisällä, vaan jokaisen kylän tuli säilyttää oma perinteensä.³²² Toiset paikkakunnat tai maakunnat eivät saaneet omia toistensa esinekulttuuria matkamuistokseen. Jos näin teki, oli se verrattavissa siihen, että suomalaisia tuotteita olisi valmistettu ulkomailla.

Mutta eikö siinä, että esim. rajakarjalaista valkolankapöimintää ruvetaan kutomaan muuallakin kuin sen varsinaisilla levenemisalueilla tai että värikkäitä Lapin töitä, verkakirjailuja ja luutöitä, ruvetaan tekemään Etelä-Suomessa, ole jotakin luonnotonta ja keinotekoisia? Vaikkemme tässä yhteydessä puhuisikaan

³¹⁷ Vilkuna, Kustaa, ”Kotiteollisuuden ja kotiseututyön yhtymäkohtia.” *Kotiteollisuus* 6/1939, 63.

³¹⁸ Vilkuna, Kustaa, ”Kotiteollisuuden ja kotiseututyön yhtymäkohtia.” *Kotiteollisuus* 6/1939, 65.

³¹⁹ Laine, Yrjö, ”Kotiteollisuus ja matkailu” *Kotiteollisuus* 4/1937, 45–46.

³²⁰ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 40–42; ”Kansalliset retkeilyvarusteet ja retkimuistoesineet”, *Kotiteollisuus* 1/1939, 2.

³²¹ ”Kotiteollisuuspäivät 26–26 p maaliskuuta 1939.” *Kotiteollisuus* 4/1939, 43.

³²² *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 49.

*ikivanhasta heimollisesta omistusoikeudesta, niin täytyy tällaista pitää yhtä vähän toivottavana kuin sitä, että muissa maissa tehtyjä kansantöitä myytäisi meillä suomalaisina.*³²³

Maakunnallisia ja paikallisia identiteettejä yritettiin vahvistaa kotiteollisuustuotteiden kautta nostamalla tietyt esineet tietyn paikkakunnan matkamuuistoesineiksi. Näin paikallisuuteen ja kansallissävyyisyyteen liittyneet piirteet vahvistuivat ulkopuolisille valmistettujen esineiden kautta myös paikallisille. *Kotiteollisuudessa* maakunnallisten ja paikallissävyyisten tuotteiden mainostaminen kehoitettiin aloittamaan suomalaisista itsestään ja vasta sitten siirtymään ulkomaisiin matkailijoihin.³²⁴

Matkamuuistoelinetoimikunta korosti paikallisten esineiden arvoa matkamuuistoina, mutta mainitsi, että oli myös joitakin yleissuomalaisia esineitä, joita voitiin matkamuuistoina valmistaa. Myös näiden esineiden mallit tuli hakea suomalaisesta kulttuuriperinnöstä, mutta toimikunta ei tarkemmin selitä, mikä näistä esineistä teki yleissuomalaisia.³²⁵

Yksi yleissuomalaisiksi esineiksi kasvanut esineryhmä olivat Lapin esineet, jotka olivat koko Suomen myydyimpiä matkamuuistoja.³²⁶ 1930-luvulla pohjoisin Suomi oli vielä varsin harvan ulkomaalaisen matkailijan kohde heidän Suomen matkallaan, vaikka Petsamo olikin yksi Suomen vetovoimaisimmista kohteista ja Matkailijayhdistys panosti erityisesti Lapin matkailun kasvattamiseen. Lapin erikoisuus kuitenkin vetosi matkailijoihin ja sen merkinä Lapista kertovat esineetkin myivät Etelä-Suomea myöten. Ne kelpasivat myös etelästä tulleeille suomalaisille.³²⁷

Suosion takia Lapin esineiden valikoima oli runsain.³²⁸ Lapin tuotteiden myynti koko Suomessa ei ollut hyvä asia, sillä esineet liittyivät varsin selkeästi tiettyyn Suomen osa-alueeseen ja koko Suomessa myytyinä ne välittivät väärää käsitystä siitä, että koko Suomi oli Lappia.³²⁹ Tätä toimikunta ei toivonut tapahtuvaksi, sillä tärkeämpää olisi ollut esineiden kautta korostaa

³²³ ”Kotiteollisuusyö maakunnallisena edistysorientona.” *Kotiteollisuus* 7/1938, 92.

³²⁴ ”Vieläkin matkamuuistoesineistä”, *Kotiteollisuus* 7/1939, 85.

³²⁵ *Suomalaiset matkamuuistoesineet* 1945, 41–42. Toimikunnalle tällaisia esineitä olivat muun muassa sormusrasiat, joita olisi voitu käyttää myös nappi- ja neularasioina, partaveitsi- ja sukkapuikkokotelot, joista olisi voitu tehdä kynälaatikoita ja vanhat rasiat, laukut ja pussit, joita mukaillen olisi puolestaan voitu tehdä nykyaikaisia ostoskasseja, hatturasioita tai retkeilylaukkuja.

³²⁶ *Suomalaiset matkamuuistoesineet* 1945, 16, 26.

³²⁷ *Suomalaiset matkamuuistoesineet* 1945, 19.

³²⁸ *Suomalaiset matkamuuistoesineet* 1945, 27. Lapin esineisiin kuului esimerkiksi puukkoja, leikkuuveitsiä, lusikoita, paperiveitsiä, kirjanmerkkejä, kynänvarsia, lautasliinarenkaita, imukkeita, ompelutarvikkeita, rintaneuloja, sormuksia, kellonperiä, korvakoruja, nahkaisia tossuja ja kintaita, värikkäitä kutoma- ja ompelutöitä sekä saamelaisnukkeja

³²⁹ *Suomalaiset matkamuuistoesineet* 1945, 16; ”Kotilieden edustaja käy matkailumessuilla: Matkustajan koti”, *Kotiliesi* 18/1936, 38.

alueiden eroavaisuuksia. Ongelmia lisäsi se, että esineiden valmistajia eivät enää olleet vain pohjoisimman maakunnan asukkaat itse, vaan niitä valmistettiin Helsinkiä myöten. Lisäksi esineiden laatu oli kysynnän kasvun johdosta huonontunut hälyttävästi.³³⁰ Esineet eivät siis enää mitenkään vastanneet asetettuihin vaatimuksiin paikallisuudesta ja sen tuomasta aitoudesta. Siksi niiden asema nähtiin uhanalaisimpana kaikista Suomen matkamuistoesineistä.³³¹ Lapin tuotantoon olisi siksi pitänyt löytää omat paikalliset tekijät ja opastajat, ja tuotanto palauttaa paikkakunnalliseksi.³³²

Saamelaisen käsityöperinteen ei koettu edustavan suomalaisuutta niin, että se olisi käynyt koko Suomen tunnuskuva. Toimikunta ei hyväksynyt mitään yksittäistä maakuntaa Suomen kasvoiksi, mutta Lapin kohdalla tilanne korostuu, sillä alueeseen kiinnitettiin erityisen paljon huomiota sen esineistön suosion takia. Lappi ja sieltä lähtöisin olleet esineet edustivat Suomen sisälläkin jotain eksoottista ja erilaista, mistä kertoo niiden suosio eteläsuomalaistenkin matkamuistoina. Siksi ne eivät millään olisi voineet olla koko Suomen yleisesineitä, vaikka kysyntä olikin niistä sellaisia tehnyt. Matkamuistojen kautta oli tarkoitus näyttää Suomi matkailijoille omalaatuisena kokonaisuutenaan, mutta suomalaisen kulttuurin erikoisuus näytti kalpenevan Lapin ja saamelaisen kulttuurin tarjoaman eksotiikan rinnalla. Eteläisemmän Suomen kansanperinteeseen pohjautuneet talonpoikaiset esineet eivät enää kyenneet kilpailemaan pohjoisen erikoisuuden kanssa. Suomen eksoottisuuden vähittäisen siirtymisen Lappiin, Petsamoon ja saamelaisiin huomasivat myös Sven Hirn ja Erkki Markkanen 1980-luvulla Suomen matkailun historiaa tutkiessaan.³³³

1930-luvun ajattelussa Lappi edusti jotakin vierasta. Tämä näkyy myös kotiteollisuuden matkamuistoesineistä tehdyissä listauksissa: muista maakunnista luetellaan hyvin tarkasti paikkakuntaakohtaisia erikoisuuksia, mutta Lapin kohdalla on kyse aina vain Lapin esineistä vailla tarkempaa erottelua tai mainintaa saamelaisista. Vaikka Petsamo oli vetovoimaisimpia alueita, ei matkamuistoesinetoimikunta osannut erotella Petsamon itäistä ortodoksista saamelaiskulttuuria läntisen Lapin luterilaisesta saamelaiskulttuurista. Ainoat Petsamon erikoisuudet, jotka toimikunta mainitsi, olivat kuivatut Jäämeren korallit.³³⁴ Lappi ja sen perinteet olivat matkamuistoesinetoimikunnallekin vieraampi osa suomalaisuutta, johon ei osattu yhtä tarkasti puuttua, kuin etelän kansanperinteeseen. Kuten nykyään, pohjoisen

³³⁰ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 26–27.

³³¹ ”Vieläkin matkamuistoesineistä”, *Kotiteollisuus* 7/1939, 84.

³³² Laine, Yrjö, ”Eräs uusi työala”, *Kotiteollisuus* 9/1937, 128.

³³³ Hirn & Markkanen 1987, 316.

³³⁴ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 27.

saamelaiskulttuuri oli jo tuolloin eksoottinen alkuperäiskulttuuri, joka määriteltiin Suomessa ilman saamelaisia. Valtaväestö oli ottanut oikeudekseen määritellä, mitkä piirteet kuuluivat saamelaiskulttuuriin ja sama tehtiin myös matkamuistoesineistön kohdalla. Vaikka matkamuistoesinekomitean tavoitteena oli, että esineiden valmistus olisi palautettu alueen asukkaiden omaksi paikalliseksi työksi, määritteli toimikunta kuitenkin samalla sen, mitä saamelaisesta kulttuurista olisi turisteille pitänyt näyttää.³³⁵

Matkamuistoesinetoimikunnalla ja muilla kotiteollisuustuotteita kehittäneillä oli vahva käsitys siitä, että matkamuistoesineiden tuli perustua paikalliseen kulttuuriin, ja tekijöiden tuli olla paikallisia taitajia. Nämä ajatukset eivät kuitenkaan kantaneet käytännön toteutukseen asti. Suomen Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton retkeilyesinekilpailun voittajiksi valitut karjalaispäähineet, jotka saivat tuomaristolta erityiskiitosta niiden vahvasta paikallisesta sävystä, olivat tekstiilitaiteilijana tunnetun Laila Karttusen valmistamat.³³⁶ Karttunen ei ollut paikallinen tekijä eikä perinteinen maaseudun pienituloinen kotiteollisuusyrittäjä, vaan helsinkiläinen Suomen Käsityön Ystävien kutomon johtaja. Tämän perusteella vaikuttaa siltä, että toimikunta halusi yhtä asiaa, mutta toimi kuitenkin toisin.

Karttusen palkitsemisen voi toisaalta nähdä yrityksenä parantaa matkamuistojen laatua. Toimikunta kehitteli ajatuksia siitä, että matkamuistoesineiden laadukas valmistaminen olisi varmistettu suunnittelemalla malleja keskusorganisaatiossa, sillä parannusyrityksistä huolimatta esineiden laatua ei saatu parannettua jättämällä työ vain kotiteollisuuden tekijöille.³³⁷ Karttusen palkitseminen oli osa tätä kehitystä, jossa matkamuistojen suunnittelu olisi siirtynyt taiteilijoille ja käytännön toteutus jäänyt kotiteollisuuden työksi. Tällä menettelyllä olisi kuitenkin menetetty osa matkamuistoesinetoimikunnan painottamasta kansanomaisuudesta ja paikallisuudesta.

Jotta pystyttiin luomaan laadukkaita paikallissävyisiä tuotteita, tuli tekijöiden syventyä paikalliseen erikoisluonteeseen ja vanhan kansanomaisen kulttuurin arvokkaisiin ja rikkaisiin aihevarastoihin.³³⁸ Tämä ei kuitenkaan tarkoittanut, etteikö esineitä olisi pitänyt kehittää nykyaikaa ja modernia kuluttajaa varten. Matkamuistokomitea korosti, että esineiden tuli kuvastaa omaa aikaansa eikä hengetön kopiointi siksi ollut sallittua.

³³⁵ Saamelaiskulttuurin ja Lapin eksotiikan hyödyntämistä matkailussa on tutkittu melko paljon. Ks. esim. Mäkinen 1983; Varanka 2001.

³³⁶ Liite 7.

³³⁷ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 47–48.

³³⁸ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 48.

*Jokaisella aikakaudella on velvollisuutensa kehityksen eteenpäinviemisessä, muutoin se pysähtyy. Uuden valmistamisen on sen vuoksi tapahduttava vanhaa ajan hengen ja vaatimusten mukaisesti kehittäen, joskin se on suoritettava niin hellävaraisesti, että kansanomainen suomalainen tai erikoinen paikallinen sävy säilyy voimakkaana ja väärentämättömänä.*³³⁹

Perinteistä mallinsa hakevien matkamuistoesineiden avulla rakennettiin yhteyttä menneen ja nykyhetken välille, aivan kuten oli kotiseututyön päämääränäkin. Kotiteollisuuden ei nähty olevan vain menneeseen jäänyttä ja perinteitä toistava ala, vaan sillä oli merkitys modernisoituvassa yhteiskunnassa juuri sen takia, että se loi yhteyden Suomen menneisyyteen. Nykyaika ja menneisyys saattoivat esineissä yhdistyä materiaalien kautta. Perinteisten materiaalien käyttö uudistui esimerkiksi matkamuistoesinetoimikunnan kehottaessa tekijöitä suosimaan entistä enemmän ajan muotipuulajia visakoivua.³⁴⁰

Uusia mahdollisuuksia kotiteollisuuden moderneille sovituksille tarjosi myös matkailun uusin ala retkeily ja sen vaatimat retkeilyvarusteet. Retkeilyvarusteet olivat myös malliesimerkki siitä, kuinka kansainvälisten vaikutteiden koettiin olevan haitallisia. Koska suomalaisilla ei ollut minkäänlaista edeltävää kokemusta retkeilystä, nähtiin retkeilyvarusteisiin tulleen liian paljon keskieurooppalaisia vaikutteita. Suomalaisten varusteina oli tirolilaishattuja, itävaltalaisia laukkuja, irlantilaissukkia ja norjalaiset kintaita. Yrjö Laine sanoi tällaisen muiden maiden varusteissa ”keikaroimisen” olevan merkki kansan sivistymättömyydestä.³⁴¹

Koska sivistyneen kuvan välittäminen oli tärkeää, piti sen osana kehittää myös suomalaiskansalliset retkeilyvarusteet, joihin inspiraatio tuli ottaa paikallisesta kansankulttuurista. Esimerkiksi Lapin hiihtovarusteita tuli valmistaa Lapin omalla erikoissävyllä ja pukukuosilla, jolla oli ”salaperäinen vetovoimansa ulkomaalaisiin ja etelästä tulleisiin”.³⁴² Myös Etelä-Suomen hiihtokeskus Lahti tarvitsi omat varusteensa itähamäläisissä sävyissä. Lisäksi Paraisille tuli suunnitella Turunmaan saariston tuotteita, Kolille varusteet Karjalan väreissä ja Päijänteellä retkeileville hämäläiset sisäjärvivarusteet.³⁴³ Retkeilyvarusteissa niiden ajassaan kiinni oleminen oli vielä oleellisempaa kuin matkamuistoesineissä ja niitä kehitettiin selkeästi modernia retkeilijää varten. Matkamuistoista poiketen retkeilyvarusteita kehitettiin erityisesti kotimaanmatkailijoille. Suomalaisten olisi matkustaessaankin pitänyt pukeutua suomalaiskansallisiin vaatteisiin, koska

³³⁹ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 48–49.

³⁴⁰ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 21.

³⁴¹ Laine, Yrjö, ”Eräs uusi työala”, *Kotiteollisuus* 9/1937, 12.

³⁴² Laine, Yrjö, ”Eräs uusi työala”, *Kotiteollisuus* 9/1937, 12.

³⁴³ *Suomalaiset matkamuistoesineet* 1945, 92.

he edustivat matkoillaan kotimaataan ja paikkakuntaansa ja näin edesauttoivat sivistyneen Suomi-kuvan välittämisessä.

5.3. Taideteollisuus ja suomalaiskansalliset matkamuistot

Kotiteollisuuden lähtökohdat 1930-luvulla olivat paikallisen ja ainutlaatuisena pidetyn suomalaisen kulttuurin säilyttämisessä. Tälle linjalle tukea saatiin suomalaiskansallista kulttuuria edistävilta tahoilta. Suomalaiskansallinen linja ei kuitenkaan ollut ainoa, joka sotienvälisessä Suomessa vaikutti, vaan sen vastapainona oli kansainvälisesti suuntautunut kosmopoliittisuus. Kysymys siitä, tuliko Suomi esittää maailmalle suomalaiskansallisena erikoisuutena vai kansainvälisenä modernina länsimaana oli herännyt Suomessa jo 1800-luvulla fennomaanien ja svekomaanien keskustellessa maan osallistumisesta kansainvälisiin näyttelyihin, mutta jatkui ajankohtaisena vielä 1930-luvullakin.³⁴⁴ Suomalaiskansallisen maakuvan välittämiseen suuntautunut kotiteollisuus näki kansainvälisyyden nousun haitallisena ja syynä Suomen oman ja kansankulttuurin häviämiseen. Yksi ala, jolla kotiteollisuuden näkökulmasta näkyivät jo tämän kansainvälisen suuntauksen negatiiviset vaikutukset, oli taideteollisuus.

Taideteollisuudessa mallia haettiin kotiteollisuutta enemmän kansainvälisistä virtauksista ja siksi kotiteollisuuden edustajien mielipide oli, että taideteollisuustuotteet eivät enää edustaneet ”kansamme sielua” eivätkä siten kelvanneet matkamuistoiksi.³⁴⁵ Taideteollisuuden ja -käsityön tuotteet eroavat kotikäsityöstä siinä, että taiteellisempien tuotosten tekijät ja suunnittelijat ovat usein tiedossa. Siksi kotiteollisuuden voi nähdä edustavan kansaa ja sen ilmentämää suomalaisuutta paremmin kuin taideteollisuuden.³⁴⁶ Tämä oli käsitys myös 1930-luvulla, sillä kansannaisten ja -miesten luomien esineiden sanottiin olevan aidointa ja suomalaisinta matkamuistotavaraa.³⁴⁷

Yrjö Laine epäili vaikutteiden hakemisen yksipuolisesti ulkomailta vaikeuttaneen koristetaiteilijoiden mahdollisuuksia osallistua matkamuistoesineiden kehittämiseen, sillä heillä ei ollut enää siihen vaadittua tietotaitoa suomalaisesta kansankulttuurista.³⁴⁸

³⁴⁴ Smeds 1996, 76; Melgin 2014, 33.

³⁴⁵ ”Keskustelua”, *Kotiteollisuus* 10/1937, 1.

³⁴⁶ Luutonen 1997, 72.

³⁴⁷ ”Matkamuistoesineet ja retkeilyvälineet.” *Ilta-Sanomat* 15.8.1939.

³⁴⁸ ”Matkamuistoesineet ja retkeilyvälineet.” *Ilta-Sanomat* 15.8.1939.

Taideteollisuuskoulussa ulkomaiden ihannoiti men liallisuksiin ja taiteilijoiden velvollisuudet suomalaisen taiteen tekijöinä unohtuivat:

*Tästä koulusta olisi lopultakin syytä kitkeä pois se milloin enemmän, milloin vähemmän esiintyvä, kaikkea kansallista aliarvioiva ja ulkomaista kopiointiin saakka ihannoiva henki, joka estää tämän laitoksen kasvatit hoitamasta kunnialla tehtäväänsä suomalaisina koristetaiteilijoina.*³⁴⁹

Taideteollisuus sai kotiteollisuuden puolelta kritiikkiä siitä, ettei se enää osoittanut kiinnostusta kansankulttuuria kohtaan eikä edesauttanut kotiteollisuuden kehitystä eteenpäin. Erityisen paheksuttavaa tämä oli siksi, että muissa Euroopan sivistysmaissa taideteollisuuspiirit olivat pitäneet kansalaisvelvollisuutenaan kotiteollisuuden kehittämistä kotimaissaan. Suomen taideteollisuus ei ollut täyttänyt tätä kulttuurivelvollisuuttaan, vaan oli keskittynyt arvostelemaan kotiteollisuutta tutustumatta alaan sen tarkemmin. Lisäksi taideteollisuuden nähtiin omivan kotiteollisuuden työaloja omikseen heti, kun ne olivat kehittyneet taiteelliselta tasoltaan tarpeeksi korkealle.³⁵⁰

Taideteollisuuden kuului olla kansainvälisemmin suuntautunutta kuin kotiteollisuuden, mutta kehityksen koettiin kulkevan jo siihen suuntaan, että taideteollisuus unohti kokonaan suomalaisuuden. Samansuuntaisesti totesi myös Laila Karttunen *Hopeapeilissä* vuonna 1938 kirjoittaessaan, että taideteollisuus kaikkialla alkoi olla kansainvälisten vaikutteiden takia jo niin samanlaista, ettei maiden välillä enää näkynyt kansojen omaperäisyyttä.³⁵¹ Kotiteollisuuden merkitys suomalaisuuden välittäjänä korostui alan sisällä entisestään, sillä taideteollisuus oli tämän tehtävän unohtamassa.

Aivan näin yksioikoisena tilanne ei näyttäytynyt taideteollisuuden puolella. Taideteollisuuden sisällä oli voimissaan sekä kansainvälinen että kansallinen suuntaus. 1930-luvulla taide ja taideteollisuus liittyivät Suomessa kansalliseen rakentamistehtävään; taideteollisuuden tehtävänä oli luoda itsenäistyneen Suomen viralliset tunnusmerkit. Modernisoituva yhteiskunta tarvitsi uuden tyylin, jonka luomisen taideteollisuus otti tehtäväkseen. Tunnusmerkkien tuli ilmentää nuorta demokratiaa ja suuntautumista länteen. Ilmentymismuotoina olivat klassismi sekä mannermaalta ja Yhdysvalloista lisääntyneiden vaikutteiden myötä entistä modernimmat muodot.³⁵²

³⁴⁹ Laine, Yrjö, *Kotiteollisuus* 1/1939, 4.

³⁵⁰ Laine, Yrjö, *Kotiteollisuus* 1/1939, 4.

³⁵¹ Karttunen, Laila, ”On kaunistu muualla – mutta onpa meillä itsellämmekin...” *Hopeapeili* 1/1938, 20.

³⁵² Korvenmaa 2009, 79; Kruskopf 1989, 148; Melgin 2014, 24.

Vaikka kansainvälisyys keräsi kulttuuripiireissä suosiota ja sen vaikutus näkyi taideteollisuudessa, rakentui 1920–30-luvun suomalainen kulttuuri suomalaiskansalliselle pohjalle. Talonpoikaisen, kansallisen kulttuurin vaikutus taideteollisuudessakin oli merkittävä ja kaupunkien urbaanisoituvasta elämäntyylisestä huolimatta suomalaisuus pohjautui vielä vahvasti maalaisuuden ja luonnon varaan.³⁵³ Kansainvälisten ja kansallisten vaikutteiden rinnakkainen vaikutus näkyi ajan sekoittuneessa kuva- ja esinemaailmassa, mutta ne eivät olleet toisensa poissulkevia. Kansainvälisiä ja kansallisia vaikutteita voitiin yhdistellä keskenään eli modernit tyyli-vaikutteet esimerkiksi yhdistettiin perinteistä käsityötaitoa korostaen suomalaisiin raaka-aineisiin kuten loimukoivuun.³⁵⁴

Kotiteollisuuden toimijoiden suunnalta näytti siltä, että taideteollisuus ei tehnyt mitään kotiteollisuustuotteiden ja matkamuistojen laatutason kehittämiseksi. Yrjö Laine peräänkuulutti taideteollisuuspiirien aktiivisempaa osallistumista laadukkaiden ja taiteellisesti korkeatasoisten matkamuistojen luontiin Koristetaiteilijain liitto Ornamon edustajille pitämässään puheessa vuonna 1937.³⁵⁵ Ornamo oli ollut 1920-luvulla kiinnostunut mallien luomisesta kotiteollisuudelle ja yleisön maun kohottamisesta.³⁵⁶ 1930-luvulla matkamuistojen suunnittelun ollessa vilkkaimmillaan, tähän ei kuitenkaan enää panostettu samassa määrin, kuin aiemmin. Taideteollisuusyhdistykset eivät Yrjö Laineelle esittämästään mielenkiinnosta huolimatta ottaneet niin suurta roolia matkamuistoesineistön kehityksessä, kuin Laine olisi toivonut. Jotain taideteollisuusyhdistykset kuitenkin tekivät, sillä Ornamosta ja Taideteollisuusyhdistyksestä oli edustajat mukana matkamuistoesinekilpailujen tuomaristoissa ja Taideteollisuusyhdistys järjesti oman matkamuistokilpailunsa vuonna 1939.

Kotiteollisuustuotteiden asema pääasiallisina matkamuistoina oli käsitys myös taideteollisuuden puolella. Vaikka taideteollisuuden tuotteita lähti matkailijoiden mukana muistoina Suomesta, nämä olivat kuitenkin ensisijaisesti taideteollisuutta ja taidekäsityötä, eivät matkamuistoesineitä. Taideteollisuusliitoissa matkamuistoesineiden kehittäminen ei herättänyt juurikaan keskustelua, paitsi Suomen Taideteollisuusyhdistyksen pitämän matkamuistoesinekilpailun yhteydessä ja silloin, kun kotiteollisuuden matkamuistoesineet joutuivat taideteollisuuden arvostelun kohteeksi.

³⁵³ Korvenmaa 2009, 79; Melgin 2014, 48; Valtonen 2018, 73.

³⁵⁴ Korvenmaa 2009, 79; Kruskopf 1989, 148.

³⁵⁵ ”Matkailumuistoesineet taiteellisen kontrollin alaisiksi”, *Helsingin Sanomat* 24.10.1937.

³⁵⁶ Kruskopf 1989, 173.

Koristetaiteilijain liitto Ornamon vuoden 1938 vuosikirjassa nimimerkki S. S. arvosteli tiukoin sanakääntein kotiteollisuuden ja matkamuistoesineiden tilaa. S. S.:n mukaan suomalainen kotiteollisuus ei pystynyt tarjoamaan matkailijoille tuotteita, jotka olisivat pystyneet kilpailemaan muiden sivistysmaiden valmisteiden kanssa. Kaikki aitous oli hävinnyt kotiteollisuudesta ja siitä oli tullut vain vanhojen mallien kopioimista.³⁵⁷ Matkailijoiden kerrottiin ostavan suomalaisia kotiteollisuustuotteita matkamuistoiksi ”- säälivästi hymyillen näyttääkseen omassa maassaan epäonnistuneisuudessaan humoristia kuriositeettejä, osoitteena kansamme mentaliteetista”.³⁵⁸ S. S.:n kirjoituksessa nousee tärkeimpänä esiin esineiden laadukkuus ja se, että Suomen tuli näyttää hyvältä muiden sivistysmaiden silmissä.

Nimimerkin mainitsevat asiat sivistyksen osoittamisesta, aitoudesta ja perinteen häviämisestä sekä kopioinnista olivat asioita, jotka nähtiin kotiteollisuuden ongelmiksi myös kotiteollisuuden sisällä. Taideteollisuuden ja kotiteollisuuden esittämät huolet kotiteollisuuden haasteista ja matkamuistoesineistön kehittämisestä olivat monilta kohdin yhtenevät, mutta tästä huolimatta yhteistyötä esineistön kehittämiseksi ei ole huomattavissa muuten, kuin matkamuistoesinekilpailujen tuomaristojen kokoonpanossa. Muu keskustelu näyttää rajoittuneen molemmin puolin esitettyyn kritiikkiin, joiden taustalla vaikuttivat koti- ja taideteollisuuden erilaiset suhtautumistavat kansainvälisiin ja kansallisiin suuntauksiin.

Taide- ja kotiteollisuuden vastakkainasettelun voi nähdä myös merkkinä kaupunkien ja maaseudun erilaisista elämäntavoista nopeasti kehittyvässä yhteiskunnassa. Vaikka kansainväliset kulttuurivirtaukset saavuttivat maaseudunkin entistä nopeammin, vaikuttivat ne kuitenkin enemmän elämään kaupungeissa.³⁵⁹ Koti- ja taideteollisuuden ajautuminen yhä kauemmas toisistaan oli siten osa laajempaa kehitystä, jossa maaseudun ja kaupunkien elämäntyylit olivat eriytyneet toisistaan.

Taideteollisuuden moderneista virtauksista huolimatta perinteisempi taide oli se, jota virallisten tahojen eli ulkoministeriön ja edustustojen kautta pääsi eniten maailmalle.³⁶⁰ Suomalaiskansallinen taide sopi paremmin maapropagandan tarkoituksiin, sillä viestinnän tavoitteena oli kertoa suomalaisen kulttuurin pitkästä historiasta, sen kansallisista saavutuksista ja sivistyksestä. Myös suomalaiskansalliset, perinteiset matkamuistot heijastivat tätä ajan kulttuuripropagandan Suomi-kuvaa.

³⁵⁷ Ornamon vuosikirja 1938, 23–27.

³⁵⁸ Ornamon vuosikirja 1938, 26.

³⁵⁹ Korvenmaa 2009, 80; Stenfors 2007, 195.

³⁶⁰ Melgin 2014, 74.

Taideteollisuuden tehtävänä oli itsenäisen Suomen virallisten symbolien luonti, mutta myös kotiteollisuus loi matkamuistojen kautta Suomen tunnusmerkkejä. Tarkoituksena oli löytää kotiteollisuuden tuotteista ne, joissa parhaiten ja edustavimmin tiivistyi suomalaisuus sellaiseen muotoon, että ne maailmalle levitessään kertoivat kaikille suomalaisten ainutlaatuisuudesta ja talonpoikaisesta menneisyydestä. Mallia voitiin ottaa Ruotsista, missä tunnusmerkki löytyi matkamuistoesinekomitean toiminta-aikaan vuonna 1939, kun puinen taalainmaanhevonen asetettiin Ruotsin paviljongin edustalle New Yorkin maailmannäyttelyyn, ja näyttelyosastolla myytiin tuhansia pieniä puuhevosia matkamuistoina.³⁶¹ Suomessa samanlaisen kansankulttuuriin perustuvan symbolin etsintä vielä jatkui.

5.4. Kotiteollisuus maailmaa valloittamassa

1930-luku oli näyttelyiden kulta-aikaa niin Suomessa kuin maailmalla. Näyttelyt olivat keino tehdä maapropagandaa, sillä niiden avulla Suomi itsenäisenä valtiona tuli tunnetuksi yhä laajemmalle yleisölle. Suomi osallistui vilkkaasti kansainvälisiin näyttelyihin ja Suomen ulkomailla sijaitsevien lähetystöjen avustamina järjestettiin suomalaisen taiteen, kulttuurin ja tuotteiden erikoisnäyttelyitä. Nämä monesti yksityisestä aloitteesta ja pitkälti yksityisten rahoittaminakin järjestetyt näyttelyt saivat virallisen valtiollisen maapropagandan leiman, kun edustustot ja lähettiläät ottivat ne suojelukseensa.³⁶²

Myös suomalaiset kotiteollisuustuotteet edustivat Suomea maailmailla. Kotiteollisuustuotteita oli 1800-luvulta asti ollut mukana erinäisissä ulkomaisissa näyttelyissä, joissa Suomea ja suomalaisten saavutuksia oli esitelty. 1900-luvun alkuun asti näyttelyiden tyyli oli hyvin kansallinen, minkä malliksi myös kotiteollisuustuotteet sopivat mainiosti. 1920–1930-luvun aikana tapahtui kuitenkin muutos entistä kansainvälisempään ja modernimpaan suuntaan.³⁶³ Modernisoitumisen osana taideteollisuus sai näkyvämmän paikan näyttelyissä ja 1930-luku olikin suomalaisen muotoilun maailmanvalloituksen alkuaikaa.³⁶⁴

Kansallisten ja kansainvälisten virtausten vaihtelut näkyivät kotiteollisuustuotteiden asemassa 1930-luvun kansainvälisissä näyttelyissä, sillä vuosikymmenen aikana kotiteollisuuden esineet muuttuivat lopulta näyttelyesineistä myyntituotteiksi. Tämä muutos käy ilmeiseksi seuraamalla

³⁶¹ Hanefors & Selwyn 2000, 254; Liljegren, Christina, ”Världsutställningen 1939”, Grannas A Olsson Hemslöjd AB -yrityksen www-sivu, <http://www.grannas.com/mainframe.php?page=1939> (viitattu 22.3.2019).

³⁶² Lähteenkorva & Pekkarinen 2004, 167; Melgin 2014, 43.

³⁶³ Smeds & MacKeith 1992, 9.

³⁶⁴ Kruskopf 1989, 151.

kotiteollisuuden asemaa 1930-luvun maailmannäyttelyissä. Vuonna 1930 Antwerpenissa kotiteollisuus oli näyttelyssä taidekäsityön ja -teollisuuden rinnalla, mutta vuonna 1933 pidetyssä Milanon triennaalissa perinteinen käsityö jätettiin kokonaan pois Ornamon silloisen puheenjohtajan Arttu Brummerin aloitteesta.³⁶⁵ Pariisin maailmannäyttelyyn 1937 ja New Yorkiin 1939 kotiteollisuustuotteet otettiin taas mukaan.³⁶⁶ Vuosien 1937 ja 1939 maailmannäyttelyiden Suomen osuuksien suunnittelusta vastannut Alvar Aalto ei erityisemmin välittänyt perinteisistä käsitöistä ja New Yorkin näyttelyssä kotiteollisuustuotteet olivatkin siirtyneet näyttelytilasta kahvilan yhteydessä toimineelle basaariosastolle, jossa niiden pääasiallinen tarkoitus oli olla myyntituotteita.³⁶⁷ Kotiteollisuuden osallistumisesta 1930-luvun kansainvälisiin näyttelyihin vastasivat pääasiassa Kotiteollisuusliitto ja vientiyritys Ke-Ko.³⁶⁸

Kotiteollisuuden vaihteleva asema maailmannäyttelyissä kertoo 1930-luvun yleisemmästä suunnan etsinnästä ja perinteisten ja modernien ideaalien välisestä kiistelystä kulttuurin kentällä. Muuttuvista aatteista huolimatta kotiteollisuuden sisällä alan rooli näyttelyissä nähtiin edelleen tärkeänä. Esimerkiksi Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton johtokunta halusi, että kotiteollisuutta olisi esitelty New Yorkin maailmannäyttelyssä mahdollisimman runsaasti ja edustavasti. Siksi edeltävänä vuonna kieltäydyttiin osallistumisesta Berliinissä järjestettyyn näyttelyyn, sillä maailmannäyttelyn tuomien kiireiden takia Berliiniin ei olisi kyetty saamaan aikaan tarpeeksi arvokkaasti maata edustanutta näyttelyä.³⁶⁹

Kotiteollisuustuotteiden vähentämiseen näyttelyissä vaikuttivat myös taloudelliset tekijät, sillä tuotteille ei uskottu olevan yhtä hyviä vientimahdollisuuksia kuin modernimpaa suunnittelua edustaneilla esineillä.³⁷⁰ Kenties tämän linjauksen seurauksena joukko kotiteollisuusalan yrityksiä päätti vuonna 1933 yhdistää voimansa Kotiteollisuusvientiyhdistykseksi ja aloittaa kotiteollisuustuotteiden viennin Yhdysvaltoihin.³⁷¹ Kiinnostus Yhdysvaltojen markkinoihin oli osa suurempaa muotia, sillä myös monet muut Euroopan maat järjestelivät 1930-luvun alussa

³⁶⁵ Smeds & MacKeith 1992, 36, 38.

³⁶⁶ AYA, STYA, Arttu Brummerin kotoa löytynyt arkistoaineisto, J. ”Pariisin maailmannäyttelyn 1937 yleinen luonne.”; Smeds & MacKeith 1992, 36.

³⁶⁷ Röneholm 1945, 608; Smeds & MacKeith 1992, 63.

³⁶⁸ Ylönen 2003, 111. Kotiteollisuusliiton ja Ke-Ko:n toiminnasta 1930-luvulla ei ole jäänyt toimijoiden omia arkistoja ja Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton arkistossa näyttelytoiminnasta on vain muutamia mainintoja, joten tarkempi katsaus siihen, millaiset tuotteet kotiteollisuutta näyttelyissä edustivat, ei ole mahdollinen.

³⁶⁹ SKM, KTLK, C.7. johtokunnan pöytäkirja 7.3.1938.

³⁷⁰ Smeds & MacKeith 1992, 38.

³⁷¹ SKMA, YLJK, H. Holm, Veikko, ”Matkakertomus”, 1. Kotiteollisuusvientiyhdistyksen muodostivat Oy Kotiahkeruus, Suomen Käsityön Ystävät, Th. Neovius, Taidekudontatoimisto, Kotikäsityö Oy Tellervo, Halmion Kotikutomo, Kauhavan Kotityö, Naisten Kotiteollisuusliike, Oy Orkamo ja Kotikutomo Helmi Vuorelma. Ulkoministeriö sekä kauppaministeriö Suomen Vientiyhdistyksen välityksellä tukivat rahallisesti kaupan järjestelyä Yhdysvalloissa.

kotiteollisuustuotteidensa vientiä Yhdysvaltoihin.³⁷² Kotiteollisuusvientiyhdistyksen vientiyritys ei kuitenkaan onnistunut ja yhdistys hajosi jo seuraavana vuonna. Vientiyrityksen jälkeenkin tuotteiden keskitetty vienti ulkomaiden markkinoille oli kotiteollisuusyrityksille tärkeää. Pelkona oli, että jos vientiä ei järjestetty keskusjohtoisesti, yksittäiset toimijat hoitivat viennin itse, jolloin oli uhkana, että markkinoille olisi päätyntä ala-arvoisia tuotteita.³⁷³ Kotiteollisuuden vientituotteissakin tärkeimmäksi asiaksi nousi siten se, että ne olivat laadukkaita ja Suomea hyvin edustavia.

Yhdysvalloille suorittamansa velanmaksun jälkeen Suomi sai paljon positiivista mainosta Yhdysvalloissa ja maan tavarataloja lähti kiertämään suomalaisten taide-, koti- ja pienteollisuusesineiden myyntinäyttely.³⁷⁴ Näyttelyn yhteydessä kotiteollisuustuotteiden vientiä ryhdyttiin järjestämään uudelleen, kun Suomen Vientiyhdistyksen alaiseksi perustettiin Suomen Koti- ja Pienteollisuuden Vientiliitto. Vientiliitto oli keino etsiä uusia markkinoita kotiteollisuustuotteille, sillä niiden kauppa Suomessa ei enää vetänyt samaan malliin kuin aiemmin.³⁷⁵ Askel vielä järjestäytyneempään vientiorganisaatioon otettiin vuonna 1937, kun kotiteollisuustuotteiden viennistä vastaamaan perustettiin Ke-Ko Oy.³⁷⁶ Yrityksen tehtävänä oli organisoida matkamuistoesineiden kauppaa, harjoittaa tukkukauppaa ja valvoa ulkomaille vietävien tuotteiden laatua.³⁷⁷ Ke-Ko:n myötä kotiteollisuustuotteiden kauppaa pystyttiin suunnittelemaan keskitetympin, mikä oli ollut yksi ansiokotiteollisuustahojen keskeisimpiä toiveita ja pyrkimyksiä 1930-luvun aikana. Vuosikymmenen viimeisinä vuosina kotiteollisuuden vienti ulkomaille pääsi hyvään vauhtiin ja järjestykseen, mutta toisen maailmansodan alkaessa ne kokivat loppunsa.³⁷⁸

Heti ensimmäisistä suunnitelmista lähtien kotiteollisuustuotteiden viennissä korostettiin sitä, että niiden tärkein tehtävä oli edustaa Suomea. Kuten Yhdysvaltoihin kotiteollisuustuotteiden myyntiä vuonna 1932 järjestelmään lähtenyt Veikko Holm matkakertomuksessaan totesi, ”ulkomailla ovat kotiteollisuustuotteet maalle parasta mainosta.”³⁷⁹ Myös Suomen Koti- ja Pienteollisuuden Vientiliiton perustamisen yhteydessä painotettiin, että vientiin päätyneiden

³⁷² Muiden maiden kotiteollisuuden tilanteesta ja vientiyrityksistä kirjoitettiin *Kotiteollisuudessakin* ahkerasti. Ensimmäisten vuosien aikana lehdessä oli ulkomaanasioille omistettu palsta, ”Ulkomaankaupan päivänkysymyksiä”. Ks. esim., *Kotiteollisuus* 1/1937, 1.

³⁷³ ”Kotiteollisuustuotteemme turistien erikoisessa suosiossa.” *Ilta-Sanomat* 22.8.1934.

³⁷⁴ Smeds & MacKeith 1992, 41; *Kotiteollisuus* 11/1936, 144–145.

³⁷⁵ ”Koti- ja Pienteollisuuden Vientiliitto perustettu Suomen Vientiyhdistyksen yhteyteen.” *Kotiteollisuus* 1–2/1936, 2.

³⁷⁶ Ylönen 2003, 121.

³⁷⁷ Rintakoski, Kauno, ”Kotiteollisuustuotteiden kaupan järjestelykysymyksiä”, *Kotiteollisuus* 3/1938, 37.

³⁷⁸ Laine-Juva & Änkö 1968, 213.

³⁷⁹ SKMA, YLJK, H. Holm, Veikko, ”Matkakertomus”, 7.

tuotteiden tuli olla mahdollisimman edustavia ja täysin suomalaisia. Liiton asiamies – matkamuistoesinekomiteassakin mukana ollut Kauno Rintakoski – huomautti, että ”Minkäänlainen ulkomaisten mallien ja värien kopioiminen ei kuitenkaan tule kysymykseen, sillä amerikkalainen ostaja etsii juuri suomalaista mallia, joka eroaa muista tarjolla olevista laaduista ja erikoisuudellaan häntä kiinnostaa.”³⁸⁰ Myös kaupallisella pohjalla toimineen Ke-Ko:n toiminnassa suomalaiskansallisen sävyn säilyttäminen esineissä oli tärkeää, vaikka viennin kohteena olevien maiden toiveita otettiinkin enemmän huomioon, kuin kotimaassa myytävien matkamuistoesineiden valmistuksessa.³⁸¹

Suomalaisten kotiteollisuustuotteiden uskottiin tarjoavan yhdysvaltaiselle yleisölle jotain, mitä mikään muu maa ei tuotteillaan pystynyt tarjoamaan, sillä suomalaiset tuotteet olivat laadultaan ja erikoisuudeltaan ainutlaatuisia. Samoin kuin Suomessa myytyjen matkamuistoesineiden kohdalla, myös vientituotteiden kohdalla korostuu se, että ne ovat jotain muista maista poikkeavaa, ainutlaatuista ja erikoista suomalaista. Kotimaisen ja ulkomaisen yleisön suhtautumisessa kotiteollisuustuotteisiin, oli kuitenkin eroa. Kun tuotteita vietiin Yhdysvaltoihin, mainostettiin niitä siellä ”ylellisyystuotteina”.³⁸² Ulkomaanmarkkinoille välitetty käsitys kotiteollisuustuotteista ylellisyystuotteina oli varsin erilainen kuin maan rajojen sisällä, missä ne edustivat hiipumassa olevaa käsityötä, joka kamppaili asemastaan teollisuuden ja kulutuskulttuurin vallatessa markkinoita.

Kotiteollisuustuotteiden merkitys vientituotteina sai tunnustuksen *Trade and Industry of Finland – in Word and Picture* -suurteoksessa, jossa esiteltiin suomalaisia vientiyrityksiä.³⁸³ Kotiteollisuus pääsi mukaan myös Suomen Ulkomaankauppaliiton julkaisemaan ja Suomen ulkomaanlähetyksien levittämään *Finnish Trade Review* -lehteen.³⁸⁴ Kotiteollisuuden maailmanvalloitus niin matkamuistoina kuin vientituotteina näytti 1930-luvun lopulla olevan paremmassa tilanteessa kuin koskaan aiemmin, mutta toinen maailmansota ja sen myötä matkailun hiipuminen lopettivat kaiken toiminnan kuin seinään.

³⁸⁰ ”Kotiteollisuustuotteimme myyntimahdollisuudet Yhdysvalloissa – Kotiteollisuustuotteiden myyntiä avustava kaupallinen toimisto perustettu New Yorkiin”, *Kotiteollisuus* 11/1936, 144–145.

³⁸¹ *Trade and Industry of Finland - in Word and Picture* 1939, 376.

³⁸² SKMA, YLJK, H. Holm, Veikko, ”Matkakertomus”, 5.

³⁸³ *Trade and Industry of Finland - in Word and Picture* 1939, 376–377.

³⁸⁴ Melgin 2014, 69; Esim. Laine, Yrjö, ”Finnish Handicrafts seek Outlets Abroad” *Finnish Trade Review* 1–2/1939, 46–47. Lisäksi lehdessä ilmestyi useita kotiteollisuusalan yrittäjien mainoksia.

6. Johtopäätökset

Kiinnostus matkamuistoesineistön kehittämistä kohtaan kasvoi samaa tahtia, kun kansainvälisten matkailijoiden määrä Suomessa nousi 1930-luvun kuluessa. Turistivirtojen kasvaessa matkamuistoista tuli taloudellisesti merkittävämpi tekijä kuin ennen, mikä myös johti ongelmiin niiden kaupassa. Kasvaneen kysynnän aikaansaama esineiden laadun heikkeneminen kiinnitti huomion siihen, että matkamuistot eivät enää edustaneet Suomea halutulla tavalla. Matkamuistoesineiden pienestä koosta huolimatta esineistä huolestuneet näkivät niiden kehittämisen tärkeänä, sillä esineet edustivat Suomea maailmalla. Tämän kautta matkamuistoesineet liittyivät Suomen matkailu- ja maakuvaan rakentamiseen.

1930-luvun aikana kasvanut kiinnostus matkamuistoesineitä kohtaan johti lopulta vuonna 1937 matkamuistoesinetoimikunnan perustamiseen. Matkamuistoesineistön tilaa kartoittamaan ja kehittämistä suunnittelemaan perustettu toimikunta teki työtään valtion virallisen propagandan osana, sillä se sai alkunsa valtion tukeman matkailupropagandan organisaation, Suomen-Matkojen toimesta. Matkamuistotoimikunta ja muut matkamuistoista kirjoittaneet pitivät matkamuistojen roolia propagandassa merkittävänä. Heidän ajatuksensa siitä, että esineiden kautta tuli välittää kuva Suomesta ainutlaatuisena ja omaperäisenä, länsimaisena sivistysvaltiona, jolla oli oma historiansa ja vuosisatoja vanha talonpoikainen kulttuurinsa, olivat samoilla linjoilla kuin maapropagandaa virallisesti tehneet Suomen-Matkojen ja ulkoministeriön. Yhteinen tavoite oli vahvistaa käsityksiä Suomesta kulttuurivaltiona.

Aloite matkamuistoesineistön kehittämiseen ei tullut valtiolta, vaan se oli asiasta kiinnostuneiden järjestöjen ja henkilöiden aikaansaama. Keskustelu suomalaisten matkamuistoesineiden laadusta lähti liikkeelle kotiteollisuusosalta. Suomalainen kotiteollisuus oli 1930-luvulla kannattavuusvaikeuksissa yhteiskunnan muutosten paineessa, joten alalle yritettiin kotiteollisuusjärjestöjen ja muiden alan toimijoiden aloitteesta kehittää uusia suuntia. Yhtenä tällaisena näyttäytyi kotiteollisuustuotteiden myynti matkamuistoina. Kotiteollisuustuotteiden kaupan kehittäminen kiinnosti etenkin ansiokotiteollisuuden toimijoita, jotka olivat aktiivisina mukana myös matkamuistoesinetoimikunnassa. Erityisen aktiivinen rooli oli Maataloushallituksen kotiteollisuusosaston ylitarkastajana toimineella kotiteollisuusneuvos Yrjö Laineella, joka oli mukana lähes kaikessa, joka vähänkin liittyi ansiokotiteollisuuden edellytysten ja matkamuistoesineiden myynnin edistämiseen sekä laadun kohottamiseen.

Komitea oli ansiokotiteollisuuden myynnin edistämisestä kiinnostuneiden toimijoiden ja matkailuyhdistysten yhteinen toimielin, jonka avulla matkamuistoesineiden laatua ja kauppaa oli tarkoitus kehittää. Matkamuistoesinetoimikunnan jäsenet edustivat edustamiensa tahojen johtoporrasta. Siksi komitean toiminta kertoo siitä, mikä oli toimijoiden johdon näkemys, mutta itse kotiteollisuustyöntekijöiden eli maaseudulla kotioloissa käsityötä tehneiden näkemys asiaan jää saavuttamatta.

Matkamuistoesinetoimikunta laati laadukkaana ja suomalaisena pidetyn matkamuiston määritelmän. Hyvän matkamuistoesineen tuli olla aito, kansanomainen, paikallissävyinen, käytännöllinen, kestävä ja hinnaltaan sopiva. Näistä käytännöllisyys, kestävyys ja hinta olivat lähinnä käytännön sanelemia ehtoja. Aitous ja laadukkuus olivat merkkejä siitä, että Suomi oli sivistyskansa muiden joukossa ja siten maailmalle esineiden kautta välittynyt maakuva oli mahdollisimman hyvä. Vaatimukset kansanomaisuudesta ja paikallisuudesta puolestaan kertoivat siitä, millainen noiden aitojen ja laadukkaiden esineiden välittämän Suomi-kuvan tuli olla.

Matkamuistoesineiden kehitystyö liittyi 1930-luvun käsityksiin siitä, mitä suomalaisuus oli. Suomalaisen kansankulttuurin olemassaolo ja sen erityispiirteet olivat osoitus siitä, että suomalaisilla oli oma pitkä historiansa. 1930-luvun kansallismielisyyteen liittyi 1800-luvun suomalaisuusaatteen perintönä ajatus, että suomalaisuus oli jotain, joka oli ollut olemassa jo tuhansien vuosien ajan ja lähtöisin suomalaisista talonpojista ja kansankulttuurista. Suomalaisen kotiseutuliikkeen historiasta kirjoittanut Piia Stenfors on todennut, että kun itsenäisen Suomen kulttuuria ja historiaa rakennettiin, tuli kansankulttuurista uuden suomalaiskansallisen kulttuurin vahva pohja. Kotiteollisuutta pidettiin jäänteinä kansankulttuurista ja siksi se olemassaolollaan kertoi suomalaisen kansan menneisyydestä.

Kansainvälisten vaikutteiden lisääntyminen huoletti kotiteollisuusalan toimijoita ja siksi matkamuistojen ja kotiteollisuuden tuli säilyttää suomalaisuus muuttumattomana. Niiden kautta oli tarkoitus muistuttaa niin suomalaisia itseään kuin maahan tulleita kansainvälisiä matkailijoita suomalaisuuden juurista kansankulttuurissa. Matkamuistoesinetoimikunnalle suomalaisuuden symbolit löytyivät maaseudulla yhä vaikuttaneesta kansanperinteestä, jonka vaaliminen olisi ollut osoitus suomalaisten sivistyksestä. Kotiteollisuus löysi tukijan pyrkimyksilleen kotiseutuliikkeestä, jonka kanssa yhteistyö lisääntyi 1930-luvun loppua kohden.

Matkamuistoja kehittäneiden mielestä suomalaista kansankulttuuria ja sen osana kotiteollisuuden saavutuksia tuli arvostaa, jotta suomalaiset olisivat näyttäneet sivistyskansana. Kotiteollisuus ei kuitenkaan ollut vain jäänne menneisyydestä, vaan uudistumiskykyinen, mitä osoitti perinteisten mallien soveltaminen modernille yleisölle sopivaksi ja retkeilyvarusteiden luominen kansankulttuurin pohjalta. Kotiteollisuuden uudistumiskyky näytti, että Suomen kansa oli nuorta ja eteenpäin suuntaavaa, mutta samalla se osoitti, ettei kansa unohtanut perintöään. Kansan erikoinen luonne oli se, joka koettiin matkailussa parhaaksi valttikortiksi ja Yrjö Laineen sanoin suomalaisen kulttuurin ”kansalliset erikoisuudet” asioiksi, jotka houkuttelivat matkailijoita Suomeen. Siksi osana matkailupropagandaa tuli valmistaa laadukkaita matkamuistoja, joissa suomalainen erityisyys tuli selkeästi esiin.

Matkamuistoesinetoimikunta ja muut aiheesta kirjoittaneet nostivat matkamuistoesineistön kehittämisen ensisijaiseksi syyksi kansainväliset matkailijat ja ulkomaille välitetyn Suomi-kuvan. Matkamuistoilla pyrittiin kuitenkin vaikuttamaan myös suomalaisten omaan käsitykseen itsestään ja maan kulttuurista, sillä matkailijoita varten valmistettujen esineiden kautta suomalaisina ja paikallisina pidetyt piirteet vahvistuivat myös maan rajojen sisällä. Matkamuistoesinetoimikunta määritteli kansatieteellisiä malleja mukaillen kansankulttuurin paikalliset piirteet hyvin tarkasti. Paikkakunnallisen kansanperinteen säilyminen oli toimikunnassa mukana olleille tärkeää, sillä jokainen paikkakunta loi omat erikoiset piirteensä, jotka yhdessä muodostivat suomalaisuuden. Halusta opettaa suomalaisuuden merkit suomalaisille itselleen kertoo paikkakunnallisten esineiden kehittämisen yhteydessä painotettu kotimaanmatkailijoiden rooli esineiden yleisönä ja toimikunnan maininnat ostajien valistamisesta.

Suomalaiskansallisten ja kansainvälisten aatteiden vaikutuksesta koti- ja taideteollisuus ajautuivat yhä kauemmas toisistaan. Vuosikymmenen kansainväliset ja modernit suuntaukset, jotka vaikuttivat taideteollisuuteen ja elämään kaupungeissa, eivät innostaneet toimikuntaa. Komitean mielikuvissa Suomi tuli esittää talonpoikaisena maaseutuna, jonka elintavat pohjautuivat sukupolvien perintönä välittyneeseen kansankulttuuriin. Liiallisten kansainvälisten vaikutteiden omaksuminen ja kansankulttuurin häviäminen olisi tarkoittanut suomalaisen kulttuurin rapistumista.

Kotiteollisuuspiireille ei riittänyt, että kotiteollisuustuotteita oli tarjolla vain Suomessa, vaan heidän mielestään esineiden tuli päästä maailmalle levittämään Suomi-kuvaa ja kertomaan

kansan taitavuudesta. Kotiteollisuus oli 1800-luvulta lähtien ollut mukana Suomen osallistuessa maailmannäyttelyihin. 1930-luvulle tultaessa näyttelyiden painopiste siirtyi kuitenkin entistä enemmän suosimaan taideteollisuutta. Kun kotiteollisuuden esineitä ei enää otettu näyttelyihin mukaan, täytyi kotiteollisuustoimijoiden organisoida asia itse ja siksi näyttelytoimintaa ja vientiä varten perustettiin omat organisaatiot.

1930-luvun loppua kohden kotiteollisuustuotteiden asema niin vientituotteina kuin matkamuistoina vahvistui, kun yhä suurempi joukko toimi asian hyväksi. Osa kotiteollisuuden maailmanvalloitusta ja Suomen tunnetuksi tekemistä oli kotiteollisuuden mukaanpääsy suomalaista kulttuuria, teollisuutta ja vientituotteita esitelleisiin propagandajulkaisuihin ja mainoksiin. Kotiteollisuustuotteet olivat mukana Suomen-Matkojen esitteissä matkamuistoesineinä ja *Finland Yearbook* -teoksissa yhtenä suomalaisen kulttuurin ikaikaisena osana ja maaseudun merkittävänä elinkeinona. Lisäksi ulkoministeriöllä ja Koti- ja Pienteollisuuden Vientiliitolla oli suunnitelmia kotiteollisuuden oman propagandajulkaisun tekemisestä. Täten virallista propagandaa järjestäneiden ulkoministeriön ja Suomen-Matkojen taholta kotiteollisuus ja sen tuotteet tunnustettiin osaksi Suomen maapropagandaa. Vientituotteiksi kotiteollisuusesineet hyväksyttiin vientiä varten luotujen julkaisujen, kuten *Trade and Industry of Finland* -kirjan ja *Finnish Trade Review* -lehden kautta.

Toisen maailmansodan ja talvisodan alku pysäyttivät matkamuistoesineiden kehittämisen. Suomen tilanne oli muuttunut eivätkä turistivirrat enää suunnanneet maahan huvimatkoille ja matkamuisto-ostoksille. Sen sijaan koittivat pulan ja sodan vuodet, joiden aikana matkamuistojen kehittäminen haipui muiden paitsi matkamuistoesinetoimikunnan jäsenten mielistä. Kun matkamuistoesinetoimikunnan mietintö *Suomalaiset matkamuistoesineet* vihdoin sotien jälkeen julkaistiin, ei se enää herättänyt keskustelua.

1930-luvun aikana esiin nostetut kysymykset matkamuistoesineiden aitoudesta, niiden edustamasta suomalaisuudesta sekä roolista maakuvan viestinnässä ovat asioita, jotka ovat kuitenkin kiinnostaneet myös vuosikymmenen jälkeen. Tämän osoittaa Suomen Kotiteollisuusjärjestöjen Keskusliiton arkistosta löytyvät matkamuistoesineitä käsittelevät raportit, joissa samojen kysymysten pariin on palattu vuoden 1952 olympialaisten aikaan ja niinkin myöhään, kuin 1980-luvulla. Vaikka matkamuistoesinetoimikunnan mietintö ei julkaisuhetkellään herättänyt keskustelua, toistuvat komitean esittämät huomiot matkamuistoesinetutkimuksessa yhä tänä päivänä, kuten johdantoluvussa käsittelemäni Kristen Swansonin ja Dallen Timothyn kartoitus matkamuistoesinetutkimuksen piirteistä osoittaa.

Matkamuistoesinekomitean toiminta kertoo, että kansallisten symbolien rakentaminen oli suunnitelmallista. Tietyt esineet nostettiin matkamuistoina symboleiksi, jotka kertoivat suomalaisuudesta niin maan sisällä, kuin maailmalla. Esineiden tuli olla laadukkaita, jotta niiden välittämä käsitys Suomesta ja suomalaisista olisi ollut mahdollisimman edullinen. Matkamuistojen kehittäminen oli osa 1800-luvulla alkanutta prosessia, jolla luotiin Suomen ja suomalaisuuden tunnusmerkkejä. Nuoren tasavallan suurten symbolien ohella myös pienet matkamuistoesineet loivat käsitystä siitä, mitä suomalaisuus oli.

LÄHTEET

Arkistolähteet

Aalto-yliopiston arkisto (AYA)

Teollisuustaiteen Liitto Ornamon arkisto (TLOA)

Suomen Taideteollisuusyhdistyksen arkisto (STYA)

nk. Arttu Brummerin kotoa löytynyt arkistoaineisto

Kansallisarkisto (KA)

Suomen Matkailuliiton arkisto (SMA)

Suomen Käsityön Ystävien arkisto (SKYA)

Suomen käsityön museo (SKMA)

Yrjö Laine-Juvan kokoelma (YLJK)

Käsi- ja Taideteollisuusliiton kokoelma (KTLK)

Painetut lähteet

Clark, Sydney A, *Finland on \$ 50*. New York: Robert M. McBride & Company 1938.

Gilmour, Kay. *Finland*. London: Methuen, 1931.

Kotiteollisuuskomitea. *Kotiteollisuuskomitean Mietintö*. Helsinki, 1946.

Koristetaiteilijain liitto Ornamon vuosikirja, nro 10. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 1938. <https://digi.kansalliskirjasto.fi/> (viitattu 5.3.2019).

Laine, Yrjö 1936, "Home Industry". Teoksessa *The Finland Year Book 1936*, toimittanut Iivari Leiviskä. 231-238. Helsinki: Akateeminen kirjakauppa 1936.

Laine, Yrjö 1939, "Home Industry". Teoksessa *The Finland Year Book 1936*, toimittanut Iivari Leiviskä. 263-272. Helsinki: Suomen kirja 1939.

Leiviskä, Iivari. *The Finland Yearbook 1936*. Helsinki: The Nyland Newspaper Company Printing Works 1936.

Leiviskä, Iivari. *The Finland Year Book 1939/40*. Helsinki: Suomen kirja 1939.

Rönehholm, Harry. *Markkinat, messut ja näyttelyt*. Helsinki: Suomen messut osuuskunta, 1945.

Suomalaiset Matkamuistoesineet. Helsinki: Weilin + Göös 1945.

Suomen Matkailijayhdistyksen vuosikirja 1903. Helsinki: Helsingin sentraalikirjapaino 1903.
<https://digi.kansalliskirjasto.fi/> (viitattu 5.2.2019).

Trade and Industry of Finland – in Word and Picture. Helsinki: Tilgmann 1939.

Lehdistö

Kansalliskirjasto, digitaaliset aineistot

<https://digi.kansalliskirjasto.fi/>

Aamulehti	1937
Ajan Suunta	1937
Etelä-Saimaa	1937
Etelä-Suomen Sanomat	1945
Finnish Trade Review	1939
Forssan Lehti	1927
Hopeapeili	1938
Iltalehti	1930
Kotiliesi	1936–1938
Kotiteollisuus	1936-1945
Kultaseppien lehti	1937
Käkisalmen Sanomat	1937
Käsiteollisuus	1930
Länsi-Savo	1939
Maaseudun Tulevaisuus	1938–1939

Retkeilijä	1938–1939
Seura	1937–1939
Suomalainen Kansa	1907
Suomen Kuvalehti	1938
Suomen Sosialidemokraatti	1937–1939, 1945
Uusi Suomi	1938–1939, 1949

Päivälehdten arkisto

Helsingin Sanomat	1937–1940, 1945
Ilta-Sanomat	1932–1939

TUTKIMUSKIRJALLISUUS

Ahlström-Taavitsainen, C., Enegren, J., Londen, M., Palanterä, J., Simons, A. ja Westö, M. *Come to Finland: julisteita & matkoja / affischer & resor 1851–1965*. Helsinki: Edita 2007.

Ahtola, Janne, Leila Koivunen, Katariina Korpela, Auvo Kostiainen ja Taina Syrjämaa. *Matkailijan ihmeellinen maailma: matkailun historia vanhalta ajalta omaan aikaamme*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 2004.

Aro, Laura, ja Halonen, Tero. *Suomalaisten symbolit*. Jyväskylä: Atena 2005.

Hanefors, Monica & Selwyn, Tom. "Dalecarlian Masques: One Souvenir's Many Voices." Teoksessa *Souvenirs: The Material Culture of Tourism*, toimittaneet Michael Hitchcock ja Ken Teague, 253–283. Aldershot: Ashgate 2004.

Heikka, Elina. "Kuluttamisen ja kansallistunteen kuvat". Teoksessa *Modernia elämää! Suomalainen modernismi ja kansainvälisyys*. HAM Helsingin taidemuseon julkaisuja nro 137. Helsinki: Parvs 2017.

Hirn, Sven ja Markkanen, Erkki. *Tuhansien järvien maa: Suomen matkailun historia*. Matkailun edistämiskeskus: Helsinki 1987.

Hitchcock, Michael, ja Teague, Ken. *Souvenirs: The Material Culture of Tourism*. Aldershot: Ashgate 2004.

Hollmen, Roope. *Kansakunnan suurlähettiläästä kodin kirjahyllyyn: kansallispukuisten matkamuistonuken syntyhistoria*. Pro gradu -tutkielma. Helsinki: Helsingin yliopisto, 2003.

Jokela, Salla. "Kuvitettuja matkoja isänmaahan: matkailu, kuva ja nationalismi." Teoksessa *Terra* 122, 1, 3–17. Helsinki: Suomen maantieteellinen seura 2010,

Jokela, Salla. *Tourism, Geography and Nation-building: The Identity-political Role of Finnish Tourism Images*. Helsinki: Helsingin yliopisto, geotieteiden ja maantieteen laitos 2014.

Klinge, Matti. *Suomen sinivalikoiset värit: kansallisten ja muidenkin symbolien vaiheista ja merkityksestä*. Helsinki: Otava 1981.

Korvenmaa, Pekka. *Taide & teollisuus: johdatus suomalaisen muotoilun historiaan*. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu 2009.

- Koskijoki, Maria 1997. ”Esine muiston astiana.” Teoksessa *Aina uusi muisto*, toimittaneet Katarina Eskola ja Eeva Peltonen. 269–285 Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto 1997.
- Kouri, Raija. *Käsi kauniin tekee: Suomen Kotiteollisuusliitto ry:n vaiheita 1929-2009*. Loimaa: Kustannus HD 2009.
- Kruskopf, Erik. *Suomen taideteollisuus: suomalaisen muotoilun vaiheita*. Porvoo: Werner Söderström 1989.
- Laine-Juva, Yrjö ja Änkö, Matti. *Käsityön ja pienteollisuuden parissa: Helsingin Käsityö- ja Teollisuusyhdistys 1868-1968*. Helsinki: Helsingin käsityö- ja teollisuusyhdistys 1968.
- Lehtonen Jaakko ”Kenttänä koko maailma”. Teoksessa *Vuosisata suhdetoimintaa: yhteisöviestinnän historia Suomessa*, toimittaneet Pirjo von Hertzen, Elina Melgin ja Leif Åberg, 242–259. Helsingissä: Otava 2012.
- Luutonen, Marketta. *Kansanomainen tuote merkityksenkantajana: tutkimus suomalaisesta villapaidasta*. Helsinki: Akatiimi 1997.
- Lähteenkorva, Pekka ja Pekkarinen, Jussi. *Ikuisen poudan maa: virallinen Suomi-kuva 1918–1945*, WSOY: Helsinki 2004.
- MacKeith, Peter B. ja Smeds, Kerstin. *The Finland pavilions: Finland at the universal expositions 1900-1992*, City: Helsinki 1992.
- Melgin, Elina. *Propagandaa vai julkisuusdiplomatiaa? Taide ja kulttuuri Suomen maakuvan viestinnässä 1937–52*. Helsingin yliopisto: Helsinki 2014.
- Mäkinen, Vesa 1983, ”Suomen Lapin matkailun synty.” Teoksessa *Lappi: 1, suuri, kaunis, pohjoinen maa*, toimittanut Martti Linkola. 163–177. Hämeenlinna: Karisto, 1983.
- Priha, Päikki. *Rakkaat Ystävät: Suomen Käsityön Ystävät 120 vuotta*. Helsinki: Ajatus 1999.
- Ruusuvuori, Anssi. *Puukon historia*. Tampere: Apali Oy 2009.
- Sandberg, Börje. *Suomen matkailupolitiikkaa ja ulkomaista matkailupropagandaa: Suomen matkat r.y. 1930–1945*, Helsinki: Suomen matkat 1945.
- Sandberg, Börje. *Suomeen suuntautunut ulkomainen matkailijaliikenne vuosina 1930–1939*, Helsinki: Suomen kirja 1943.

Smeds, Kerstin. *Helsingfors – Paris: Finlands utveckling till nation på världsutställningarna 1851–1900*. Helsinki: Svenska litteratursällskapet i Finland 1996.

Stenfors, Piia. *Suomalainen Kotiseutuliike 1894–1944*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 2007.

Stewart, Susan. *On Longing: Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection*. London: Duke University Press 1993.

Swanson, Kristen K. ja Timothy, Dallen J. “Souvenirs: Icons of Meaning, Commercialization and Commoditization. Teoksessa *Tourism Management*, vol. 33/3. 489–499. Amsterdam: Elsevier 2012. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S026151771100207X> (viitattu 7.2.2019).

Talve, Ilmar. *Suomen kansankulttuuri*. 3. painos. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 1990.

Valtonen, Pekka. *Kosmopoliitteja ja Kansallismielisiä: aatteiden kamppailu sotienvälisessä Suomessa*. Helsinki: Gaudeamus 2018.

Varanka, Piia. *Lappi matkailun näyttämöllä. Saamelaiskulttuuri ja luonto matkailun kulisseissa*. Rovaniemi: Lapin yliopisto 2001.

Vuorela, Toivo. *Suomalainen kansankulttuuri*. Porvoo: WSOY 1977.

Virrankoski, Pentti. *Käsitöistä leivän lisää: Suomen ansiokotiteollisuus 1865–1944*. Helsinki: Suomen Historiallinen Seura 1994.

Ylönen, Irene. *Taito elää: Käsi- ja taideteollisuusliitto Taito ry:n yhdeksän vuosikymmentä*. Hamina: Akatiimi 2003.

Internet-lähteet

Liljegren, Christina, ”Världsutställningen 1939”, Grannas A Olsson Hemslöjd AB –yrityksen www-sivu, <http://www.grannas.com/mainframe.php?page=1939> (viitattu 22.3.2019).

Suomen käsityön museo, muotoilusanasto-verkkoaineisto, Suomen käsityön museon www-sivu, http://www.avoinmuseo.fi/craftmuseum/muotoilusanat/sana.php?sana=kotiteollisuus_kasiteollisuus. (viitattu 17.2.2019).